

sosyolojikbağlam

journal of **sociological** context
sosyolojik bağlam dergisi

ISSN: 2757-5942
August / Ağustos 2022
Volume / Cilt: 3
Issue / Sayı: 2

www.sosyolojikbaglam.org

journal of sociological context
sosyolojik bağlam
dergisi

Uluslararası Hakemli Dergi

International Refereed Journal

August, 2022
Volume: 3, Issue: 2

Ağustos, 2022
Cilt: 3, Sayı: 2



Antalya, 2022

ISSN: 2757-5942
https://doi.org/10.52108/2757-5942

www.sosyolojikbaglam.org


sosyolojikbağlam

Danışma Kurulu/ Advisory Board

Hakem Kurulu	**Referee Board**
Sosyolojik Bağlam Dergisi, iki hakemin görev aldığı çift taraflı kör hakemlik sistemi kullanmaktadır. Hakem isimleri gizli tutulmakta ve yayımlanmamaktadır.	Journal of Sociological Context uses double-blind review fulfilled by two reviewers. Referee names are kept strictly confidential.

Dizinleme Bilgileri/ Abstracting and Indexing Services

Sosyolojik Bağlam, Aralık 2020'de yayımlanan Cilt I, Sayı I'den itibaren aşağıdaki indekslerce izlenmekte ve taranmaktadır.

Sociologial Context has been reviewed and indexed by the indexes below since Volume I, Issue I published in December 2020.

ASOS İndeks	Scribd
Google Scholar	Mendeley
Advanced Science Index	ZDB
EuroPub	UB Katalog
Root Indexing	Livivo
Int. Services for Impact Factor and Indexing (ISIFI)	University of Saskatchewan – Library
Scilit	ISRA
J-Gate	Open Access Library
WorldCat	Index Copernicus – World of Journals
ScienceGate	Directory of Research Journals Indexing
Index of Turkish Education	ResearchBib
Publons	Eurasian Scientific Journal Index
Open Ukranian Citation Index	İdeal Online
Scholar: Internet Archive	Int. Institute of Organized Research (I2OR)
BSB-Katalog	Zenodo
The Lens	Microsoft Academic
ISAM	Hollis
Maastricht University	Semantic Scholar
ROAD Index	Base
Cosmos Impact Factor	Leipzig
Journals Directory	EZB
CiteFactor	KOAR
International Scientific Indexing	Open Archives
General Impact Factor	Sachsen
Journal Factor	DTU Library
WorldWideScience	Bilgindex
RefSeek	

Dergimiz Nisan, Ağustos ve Aralık aylarında olmak üzere yılda üç kez elektronik ortamda yayımlanmaktadır.

Our journal is published electronically for three times a year in April- August- December.

Yazıların her türlü sorumluluğu yazarlara aittir.
Yazı sahiplerine telif ücreti ödenmez, makale yayımlamak için ücret talep edilmez.

Authors are responsible for the content of their articles.
No royalty is paid to, and no fee is requested from the authors.

Yazışma Adresi/ Correspondence Address

Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
Sosyoloji Bölümü 07058 Kampüs / ANTALYA/ Türkiye
Tel: +90 532 206 9043
Elektronik posta/e-mail: dergi@sosyolojikbaglam.org
Web: www.sosyolojikbaglam.org

Etik İlkeler ve Yayın Politikası/ Ethical Issues and Editorial Policy

Etik İlkeler ve Yayın Politikası

Sosyolojik Bağlam'da uygulanan yayın süreçleri, bilginin tarafsız ve saygın bir şekilde gelişimine ve dağıtımına temel teşkil etmektedir. Bu doğrultuda uygulanan süreçler, yazarların ve yazarları destekleyen kurumların çalışmalarının kalitesine doğrudan yansımaktadır. Hakemli çalışmalar bilimsel yöntemi somutlaştıran ve destekleyen çalışmalardır. Bu noktada sürecin bütün paydaşlarının (yazarlar, okuyucular ve araştırmacılar, yayıncı, hakemler ve editörler) etik ilkelere yönelik standartlara uyması önem taşımaktadır. Dergimiz, yayın etiği kapsamında tüm paydaşların etik sorumlulukları taşıması beklenmektedir.

Etik Olmayan Bir Durumla Karşılaşırsanız:

Dergimizde yukarıda bahsedilen etik sorumluluklar ve dışında etik olmayan bir davranış veya içerikle karşılaşırsanız lütfen dergi@sosyolojikbaglam.org adresine e-posta yoluyla bildiriniz.

Ethical Issues and Editorial Policy

Publishing processes applied in the Sociological Context are the basis for the development and distribution of information in an impartial and respectful manner. The processes applied in this direction directly reflect the quality of the work of the authors and the institutions that support the authors. Peer-reviewed studies are studies that embody and support the scientific method. At this point, it is important that all stakeholders of the process (authors, readers and researchers, publishers, referees and editors) comply with the standards of ethical principles. Our journal is expected to bear ethical responsibilities from all stakeholders within the scope of publication ethics.

If You Encounter an Unethical Situation:

If you encounter any unethical behavior or content other than the above-mentioned ethical responsibilities in our journal, please report it to dergi@sosyolojikbaglam.org via e-mail.



İÇİNDEKİLER/ CONTENTS

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam
dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 104-122
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.1

Araştırma Makalesi ◆ Research Article

Cizre'de Bajari Kültürü Üzerine Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on Bajari Culture in Cizre

İrfan YILDIRIM*

0000-0001-9949-7667

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 28. 04. 2022
Düzeltme Talebi: 07. 06. 2022
Son Düzeltme: 12. 06. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Kültür
Cizre
Bajari
Şehirli
Bajar

ÖZ

Kültür, toplumların ürettiği maddi ve manevi unsurların bütününü kapsar. Toplumsal değişimin hangi boyutlarda gerçekleştiğinin ve güç ilişkilerinin hangi dinamiklere bağlı olarak işlediğinin ipuçlarını da içerir. Modern hayatla birlikte tek tipleşmeye doğru sürüklenen kültürler üzerinde çalışma yapmak toplumsal değişimi anlama açısından önemli bir adımdır. Bu çalışmanın üzerine konumlandığı teorik çerçeve, farklı kültürel görünümlerin günlük hayat üzerindeki izdüşümleridir. Konusunu ise 'Bajari (Şehirli) Kültürü'nün neye karşılık geldiği, Cizre'nin toplumsal yapısında ve güç ilişkilerindeki rolü oluşturmaktadır. Cizre'de bajari denilen toplumsal kesimin öteki diye konumlandırılabilecek toplumsal unsurlardan farkını kültürel çerçevede ele almak çalışmanın genel amacıdır. Çalışma nitel bir araştırma şeklinde tasarlanmış, Cizre merkezinde ikamet eden ve 45 yaş üzeri 10 kişi ile yüz yüze derinlemesine mülakat yapılmıştır. Ana temalar olarak, bajari kavramının ne olduğu, diğer toplumsal unsurlardan farkları, tarihsel ve toplumsal konumları, ekonomik ve siyasal güçlerle ilişkileri, bajari kavramının gelecekteki temsil durumu gibi konulara odaklanılmıştır. Yapılan bu çalışmayla elde edilen sonuçlar, modernleşme ve küreselleşme bağlamında yerel kültürlerin ortadan kalkma tehlikesi yaşamalarının bir benzerinin Cizre'deki 'bajari kültürü' için de geçerli olduğu ve giderek kavramın günlük hayatın dışına itildiği yönündedir.

ARTICLE INFO

Submitted: 28. 04. 2022
Revision Requested: 07. 06. 2022
Final Revision Received: 12. 06. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15.08.2022

Keywords:

Culture
Cizre
Bajari
Urban
Bajar

A B S T R A C T

Culture covers the whole of the material and spiritual elements produced by societies. It also includes clues at what dimensions social change takes place and on which dynamics power relations operate. Working on cultures drifting towards uniformity with modern life is essential in understanding social change. This study's theoretical framework is based on the projections of different cultural views on daily life. Its subject is what the 'Bajari (Urban) Culture' corresponds to and its role in the social structure and power relations of Cizre. The general aim of the study is to consider the difference between the social group Bajari in Cizre and the social elements that can be positioned as the other within the cultural framework. The study was designed as qualitative research; face-to-face interviews were conducted with ten people over age 45 who reside in the center of Cizre. The main themes covered are the concept of Bajari, its differences from other social elements, its historical and social positions, its relations with economic and political powers, and the future representation of the concept of Bajari. The results obtained as a result of this study are that the danger of disappearance of local cultures in the context of modernization and globalization is also valid for the 'Bajari culture' in Cizre, and the concept is gradually being pushed out of daily life.

* **Yazar İletişim/ Corresponding Author**: İrfan Yıldırım (Dr. Öğr. Üyesi), Şırnak Üniversitesi, İdil Meslek Yüksek Okulu, Sosyal Hizmetler Programı, Şırnak, Türkiye ✉ irfan.yildirim@sirnak.edu.tr
Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Yıldırım, İ. (2022). Cizre'de bajari kültürü üzerine nitel bir araştırma. *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 3*(2), 104-122. doi:10.52108/2757-5942.3.2.1

1 Giriş

Stratejik bir konuma ve elverişli bir iklime sahip yerleşim yerleri genellikle kadim yerlerdir ve farklı toplumsal kesimlere ait kültür nüveleri bir araya geldiğinde heterojen bir yapıya, belirli bir süreden sonra ana hatlarıyla çerçevesi çizilmiş bir kültüre de sahip olurlar. Karşılıklı müsamahaya dayalı bir ilişki biçimi kadim yerlerin öne çıkan bir özelliğidir. Birbirinden farklı dine, etnik yapıya ve dünya görüşüne mensup insanların bir arada yaşadıkları yerler, kozmopolit bir görünüm arz etseler de genellikle medeni diye bilinir ve kültürel düzey bakımından yüksek toplum olarak görülürler. Özellikle belirli bir geçmişe sahip olan yerleşim yerlerinin kendilerine ait belirli bir düzenleri ve toplumsal normları söz konusudur. Bu çerçeveden bakıldığında günümüzün Cizre merkezi kadim bir geçmişe, stratejik bir konuma, kültürel çeşitliliğe ve kozmopolit bir yapıya sahiptir. Özellikle Milattan sonra 1200 yılında, Cizre ve çevresinde kurulan Azizan Beyliği (Doğan, 2010: 24) dönemi, bölgenin kültürel yönden ilerleme kaydetmesinde önemli bir evredir. Azizan Beyliğinin devamı olarak görülen Cizre (Botan) Beyliği dönemi (1338-1855) boyunca da, Cizre'nin yüksek düzeyde bir kültüre ev sahipliği yaptığı; ilmin, edebiyatın, bilimin, sanatın ve ticaretin merkezi konumunda olduğu görülür. Tarih boyunca zenginlik ve serbestlik mekânı olarak bilinen Cizre, Osmanlının son yüzyıllarında merkez ve yakın çevresinde hüküm süren Cizre Beyliğinin başkentidir ve uleması da en az Şam ve Bağdat gibi merkezlerde bulunanların düzeyindedir (Şengül, 2016: 197). Maneviyatla ilgili olduğu kadar fenni ilimlerle de uğraşan bazı medreseler sayesinde Cizre, Ortadoğu coğrafyasının önemli bilim merkezlerinden biridir. Cizre Beyliği, tarih boyunca Ortadoğu toplumlarının asabiyete bağlılıkla öne çıkan aşiret yapılanmasına ve onların birbirleriyle sürekli çatışma yaşamalarına rağmen, toplumsal barış ve adaletin sağlandığı, aşiretlerin kontrol altında tutulduğu sosyal sistemin önemli bir örneğidir.

Şehirli veya kentli olmak anlamında kullanılan bajari kavramının sadece Cizre merkezi için değil, farklı yerlerde konumlanmış köklü yerleşim merkezleri için de kullanılmaktadır. Ancak sınırlı sayıda bulunan bu yerler, daha çok belirli bir geçmişe ve refah düzeyi yüksek bir yaşam için elverişli koşullara sahip olmasıyla bilinmektedirler. Diğer taraftan kavramın sosyal ve kültürel boyutları kadar ekonomik, siyasal ve coğrafi boyutları da bulunmaktadır. Ayrıca şehir merkezinde yaşamayıp belirli düzeyde bir gelire sahip olmayanlardan kendilerini daha üstün görmek gibi psikolojik boyutuyla ele alınmayı gerektiren bir yöne de sahiptir. Bu sebeple bajari kavramı, aslında Cizre gibi kale ve surlarla korunan ve önemli bir geçmişe sahip olan yerleşim yerlerinde, toplumsal ve tarihsel bakımdan önemli ölçüde izler içermektedir. Özellikle Osmanlının son yüzyılında, bölgede yaşanan yönetimsel değişikliklerden kaynaklı hareketliliğin Cizre'nin önemli ölçüde demografik bir dönüşme uğrattığını dikkate almaksızın ve bajari kültürünün oluşmasında bu dönemlerin etkilerine değinmeksizin yapılacak bir tahlil veya değerlendirme söz konusu kavramın anlaşılmasını sekteye uğratacaktır. Çünkü Cizre merkezinden sürgün edilen büyük orandaki aileler ile onların yerine gelen/getirilen aileler, hem kültürel parçalanmayı hem de belirli bir süre sonrasında kültürel entegrasyonu getirmiştir. Dışarıdan, özellikle Arapların yaşadıkları bölgelerden (Irak, Suriye ve Suudi Arabistan) gelen/getirilen çok sayıdaki aile kendi kültürlerinden nüveleri Cizre merkezine taşımış ve yerliler ile birlikte heterojen bir kültürü meydana getirmişlerdir. Bu nedenle, son dönemlere kadar yoğun bir görünüm arz eden bajari kültürünün tarihsel süreç içerisindeki seyrini ele almayı ve ilişkili olduğu olay ve olguları yakından incelemeyi hedefleyen bu çalışma, söz konusu kültürün ayırt edici özelliklerini yaşayan ve yakından tanıklık eden kimseler üzerinden ortaya koymaya çalışmaktadır. Bajari kavramının kullanıldığı ilişkilerin bağlamına ve ayırt edici özelliklerine yakından şahitlik etmiş kimselerin gözünden anlamaya çalışmak, bölgesel çapta yaşanan ancak yazılı kayıtlarına pek rastlanmayan kültürel formların doğrudan anlaşılmasına katkı sunacaktır. Özellikle aynı dili, dini (mezhebi) ve coğrafi bölgeyi paylaşmalarına rağmen bajarilerin yakın çevrede veya kırsal alanlarda kalanlardan kendilerini üstün görmelerine etki eden faktörlerin açığa çıkartılması önem arz etmektedir. Bu çerçevede üstünlük iddialarını haklı kılabilecek içeriklerin neler olduğunun izlerini sürmek, tarihsel, toplumsal ve siyasal yönlerden kültürel çerçeveyi irdelemek bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Bajari kültürü üzerinden Cizre'nin sosyokültürel özelliklerinin ele alınması toplumsal yapısının anlaşılmasına katkı sunacağı aşikârdır. Özellikle toplumun hangi sınıfsal özellikleri barındırdığı, yakın çevreden gelerek şehirde yaşayan farklı gruplara veya kesimlere karşı tutumların hangi minvalde şekil kazandığı çalışmanın hedeflediği konulardır. Ayrıca farklı siyasal güç odaklarına karşı merkezdeki halkın veya belirli ailelerin nasıl konumlandıkları, ekonomik gücü elinde bulunduran

kesimin bölgede gelişen olaylara yönelik tutum ve yaklaşımlarının ne olduğunun anlaşılması bajari kültürünün üzerine inşa edildiği altyapıyı tanıma imkânı sunacağı düşünüldüğünden üzerinde durulması bir gereklilik olarak görülmektedir. Aynı şekilde, tarihsel arka planı oluşturan olayların yaşanan kültürle ilişkisi de bir o kadar kayda değer bir husustur. Bunların yanında, bajari kavramının anlamı ve tarihsel süreç içerisindeki konumu, bajarilik kültürünün şekillenmesine etki eden faktörler ve Cizre merkezinde yaşanan veya yaşatılan bajari kültürünün sosyal, siyasal, ekonomik ve manevi boyutlarıyla ele alınması hedeflenmektedir.

2 Bajari Kavramının Etimolojisi

Bajar kelimesi, genellikle kasaba türü veya daha büyük yerleşim yerleri için kullanılan Kürtçe bir kavramdır. Esasen *bajar* kavramı kaynağını *şehir* kelimesinden almakta, farklı bölgelerde *şehr* veya *şar* biçiminde telaffuz edilmektedir. *Şar* kelimesinin farklılaşarak *jar* şekline dönüşmüş olması kuvvetle muhtemeldir ve *ba-jar* sözcükleri bir bütün olarak ele alındığında '*şehir yanında'* anlamı elde edilebilmektedir. Diğer taraftan çevresindeki küçük yerleşim yerlerine göre rakımı daha düşük olan merkezler için *bajêr* şeklinde de kullanılabilmektedir. *Jêr* sözcüğü aşağı anlamındadır ve örneğin diğer yerleşim yerlerine göre nispeten aşağıda bulunan Bahçesaray ve Cizre gibi yerler için kullanılır. Alışveriş yapma olanakları bakımından merkezi bir konumda bulunan ve çevredeki yerleşim yerlerinde ikamet eden insanların temel ihtiyaçlarını giderebilmeleri bakımından buralar, önemli bir hinterlanda sahip yerlerdir. Bajar, ticari ilişkilerin yoğun yaşandığı merkezlerdir, farklı toplumsal kesimlerin uğrak yeridir ve genellikle farklı etnik veya dinsel unsurların bir arada yaşadığı yerler olarak bilinir. Farklı düzeylerde eğitim olanaklarına sahip olmaları bakımından bu merkezler, kültürel düzey itibariyle de yüksek konumda olmuşlardır. Nitekim tarihsel süreç boyunca Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde farklı toplumsal kesimler yan yana bulunmuş ve her bir kesimin eğitim kurumu da, farklı bir kültürel çerçevede fonksiyonlarını icra etmiştir. Sosyal, kültürel ve ekonomik yönlerden cazibe merkezleri olarak görülen bu merkezlere, özellikle çevrede bulunan küçük yerleşim yerlerinden gelen göçlerle sürekli bir nüfus sirkülasyonu yaşanmıştır.

'Şehirli olmak' anlamına gelen 'bajari' kavramı ise şehrin maddi ve manevi unsurlarını içeren kültürün bir tek kişide açığa çıkmış hali olarak belirtilebilir. Esasen bajari kavramı sadece şehirli anlamına gelmez, şehirde yaşadığı için daha medeni olması beklenen bir içeriğe de sahiptir. Bajari olmak, medeni olmanın veya medeni davranışlar sergilemenin bir yansıması, kaliteli ve ölçülü bir yaşamın ifadesi, belirli bir standarta göre hareket etmenin ve bayağılığa prim vermemenin karşılığı olarak görülür. Nüfusu sayıca az olan kasaba türü yerleşim yerlerinin bir özelliği olarak insanların birbirlerini aileler üzerinden tanımalarının getirdiği ilişki biçimi, aynı zamanda insanların toplumsal yaşamda yanlış veya kötü davranışlardan uzaklaşmalarının da etkili bir yoludur. Zamanla daha kaliteli veya daha üst bir ilişki yapılanmasına vesile olan bu yaklaşım, bazı standartların dikkate alınmasını gerektirir ve bu standartlar zamanla toplumsal bir norma dönüşür. Bajari kavramını da, çerçevesi belirlenmiş toplumsal bir norm olarak görmek mümkündür. Çünkü hayatın her alanında bir bajari'ye yakışır şekilde davranmak, hareket etmek esastır ve aksi davrananlar ayıplanır. Bu yaklaşım zaman içerisinde bajari kültürünün oluşmasını beraberinde getirir ve zamanla bir kimlik halini alır.

Bajari kavramının, esasen kullanıldığı yerleşim yerinin fiziksel/mekânsal konumuyla da bağlantısının olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü kavramın kullanıldığı yerleşim yerleri, daha çok stratejik noktalarda inşa edilmiş kalelerle korunan ve etrafı surlarla örülü olan yerlerdir. Bu tür tarihi yerleşim merkezleri arasında bulunan Cizre, Diyarbakır ve Mardin gibi yerler, kavramın en çok kullanıldığı ve tarihsel süreçte zengin kültürlerin yaşandığı/yaşatıldığı yerlerdir. Bu yerlerin öne çıkan belirgin özellikleri, belirli bir nüfusa ev sahipliği yapmaları, güvenlik içerisinde bulunmaları, yerleşik ve benzeşmiş bir kültüre sahip olmalarıdır. Bu merkezlerin kadim bir geçmişe sahip olmaları kadar güvenlik içinde bulunmalarına olanak sağlayan surların da önemli ölçüde rol oynadığı görülmektedir. Zira bu kent merkezleri adeta bir şehir devletidirler ve çevrelerinde bulunan yerleşim birimlerine göre belirli ölçüde bir düzene ve dolayısıyla üst düzeyde bir kültüre sahiptirler. Stratejik konuma sahip şehirler, genellikle zenginlik ve refah içerisinde bulunur ve cazibe merkezleri olarak bilinirler. Ticaret yapabilme veya belirli işlerde çalışarak kazanç elde etme pratikleri yönünden zengin olan bu şehirler çevredeki yerleşim yerlerine göre kültürün ve medeniyetin merkezidirler.

Farsça'da, alışverişlerin yapıldığı topluluk mekânları için kullanılan 'bazar' (çarşı, pazar) kelimesi (Şahin, 2012: 2882), İngilizcede 'bazaar' olarak kullanılmakta ve çarşıdaki insanların belirli ilkeler dahilinde hareket etmelerine olanak tanıyan bir karaktere sahip olduğundan söz edilmektedir (Geertz, 1978: 29). Kasaba veya daha büyük yerleşim yerlerinde gerçekleşen bir pratiğe işaret eden kavram Kürtçenin yanında diğer birçok dilde de kullanılmaktadır. Şehir yaşamına has gerçekleşen çarşı/pazar etkinliğine dâhil olanların kültürleri de, kırsal alanda yaşayanlara göre yüksek düzeydedir. Esasen 'bajar' ile 'bazar' veya 'bazaar' kavramları arasında yakından bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Kavramlar arasındaki ses ve telaffuz benzerliği de kavramların aynı kökten geldikleri yönündeki düşünceyi güçlü kılmaktadır. Bu doğrultudan bakıldığında Kürtçedeki 'bajari' kelimesi, hem alışveriş mekânı anlamına gelen Farsçadaki 'bazar' kavramının, hem de bazı lehçelerde 'şehir' anlamına gelen 'şar' kelimesinin birleşiminden meydana geldiği görülür. Bajari kavramı, özellikle şehir hayatını yaşayan, kültür düzeyi yüksek, insanlarla iletişim kurmayı bilen kimseler için kullanılmıştır. Zira şehir hayatı bireye, birbirinden farklı insanları, grupları ve toplulukları tanıma olanağı sunduğu gibi, birbirinden farklı din ve mezhepleri, etnik yapı ve kültürleri yakından görme ve bilgi edinme imkânını sunar. Farklı kesimlerle bir arada yaşamak, aynı zamanda belirli düzeyde bir bilinci gerektirir ve toplumsal yaşamda gelişen olay ve olgular hakkında fikir sahibi olmayı sağlar. Dolayısıyla şehir hayatını yaşayan bir kimsenin kır hayatı yaşayan köylüye veya konargöçer hayat yaşayan bir göçere göre daha fazla bilgi ve görgüye sahip olacağı bir gerçektir. Bir bajarinin, kır yaşam tarzına sahip insanlara göre daha fazla bir bilgiye veya bilince sahip olması ve bu özelliğinden dolayı üstün tutulması, tarihsel süreç içerisinde ve halk arasında normal görülmüş ve pratik yaşamda da karşılık bulmuştur.

Batı toplumlarında 'kent soyluları' için kullanılan 'burjuva' (bourgeois) kavramı, esasen kaynağını Almanca 'da kullanılan 'burg' (kale, güçlendirilmiş zengin evleri) kökünden almakta ve daha çok kaleler ile korunan yerleşim yerleri (Hamburg, Strasburg, Limburg, Petersburg vb.) için kullanılmaktadır. Endüstri devrimiyle ortaya çıkan burjuva sınıfının, ekonomik güce veya harcayacak paraya ya da zengin bir tüccar babaya sahip olmayı, tatile çıkabilmeyi, kültürel güveni ifade eden karşılıkları bulunmaktadır (Cambridge Dictionary). Esasen 'burjuva' kavramı ile 'bajari' kavramı arasında herhangi bir etimolojik ilişkinin olup olmadığı tam olarak açığa çıkartılamasa da anlam bakımından doğrudan birbirleriyle ilişkili olduğu söylenebilir. Çünkü burjuva kavramı, özünde sermayeyi veya üretim araçlarını elinde bulunduran ve toplumun ekonomik döngüsünde ağırlığı olan sosyal sınıfa tekabül etmektedir (Ersoy, 2018: 1559). Özellikle kendileri gibi soyluluğa ve zenginliğe sahip olmadıkları aristokrasi kesiminin bıraktığı boşluğu da doldurmaya çalışan burjuva kesimi, 13. yüzyıldan itibaren ticaret veya zanaatla uğraşan ve kapitalist sistemin sunduğu olanaklar sayesinde kısa sürede sermaye sahibi olmalarıyla bilinirler (Özkan, 2018: 1739). Soylu veya işçi sınıfına dâhil olmayıp, toplumdaki statüsünü ve gücünü sahip olduğu mal varlığından, zenginliğinden alan kentli için kullanılan burjuva kavramı, aynı özellikleri barındıran ve ilaveten kültürel nüveleri de kapsayan bajari kavramıyla büyük ölçüde benzerlikler içermektedir. Bajari kesim de, önemli oranda maddi olanaklara, şehir yaşamının konforuna ve üst düzeyde bir kültüre sahiptir. Ancak burjuva sınıfının elindeki sermayeyi rasyonel ölçütler doğrultusunda kullanarak kapitalist bir çerçevede ele almasına karşılık bajari kültürüne mensup kesimin, sermaye ve üretim araçlarını elinde bulundurmakla birlikte, sosyal yaşamda sıkıntı yaşayan kesimlerin elbirliği ile hayata tutunmasına katkı yapmaya yönelik daha esnek bir yapıya sahip olduğu da söylenebilir. Öte yandan, alt gelir grubuna (köylü/maraba, gündelikçi veya konargöçer hayat yaşayan yoksul kesim) mensup kesime karşılık burjuva sınıfı sadece gelir düzeyi bakımından değil, aç veya sokakta kalma, soyulma, öldürülme gibi durumlar ve davranışsal farklılıklar bakımından da ayrışmaktadır. Bajari kesimde de üst düzeyde yaşanan belirli bir yaşam tarzı söz konusudur ve çoğunlukla güvenlik, barınma ve geçim koşullarına dair problemler aşılmış durumdadır. Benzerlik içeren noktalardan biri de hedefledikleri uğraşlardır ve burjuvanın yaşam tarzında olduğu gibi bajari kültüründe de geçinme problemlerini geride bırakıldığı için, iki kesimin amacı daha çok zevk duyulan veya mutluluk veren etkinliklerde bulunmaktır.

Bajari kavramına yüklenen anlamlardan birinin de manevi boyutla bağlantılı olduğu görülmektedir. Öyle ki, bajari bir kimsenin (en azından Cizre özelinde) manevi bir olgunluğa sahip olması, maneviyat içeren tavır ve davranışlarda bulunması bir gereklilik olarak kabul edilir. Konuşmasına, hal ve hareketlerine dikkat etmek, manevi boyutuyla bilinen şahsiyetler hakkında bilgi sahibi olmak, ilişkilerinde maneviyatın öngördüğü yaklaşımları sergilemek, bajari olanların hem kendi aralarında hem de diğer toplumsal kesimlere karşı göstermeleri beklenen gizil normlardır. Toplumda gelişen

olay ve olgular karşısında pozitif anlamlar çıkarma veya 'hayra yorma' şeklindeki yaklaşımlar, gerçek anlamda bajari olmanın bir kıstası olarak görülür. Öteki diye ifade edilen köylü veya konargöçer bir hayat yaşayan kesimle bajari kesim arasındaki en önemli fark, bajarilerin maneviyat yönünden güçlü göstergelere sahip olmaları yönündeki gerekliliktir. Başka bir ifade ile bajari kavramına olması gereken yönünde bir çerçeve çizilmekte ve bu kültürden kimselere iyi olandan yana tercihte bulunma gibi bir sorumluluk yüklenmektedir.

3 Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada sıklıkla kullanılan 'bajari' kavramı, Kürtçede şehirli anlamının yanında, en az üç kuşak ve daha fazla bir süreden beri Cizre merkezinde ikamet etmekte olan (yerli) kesimin kendilerini tanıtmak üzere başvurdukları bir anlamla kullanılmaktadır. Bajari kültürü ise bajari kesimin şehir yaşamında kullandığı araç ve gereçlerle birlikte yaşamına dahil ettiği hal, hareket, duyuş, düşünüş ve maddi unsurları içeren bir kapsamda ele alınmaktadır. Çalışmada ekseriyette bajari kültürünü farklı kılan unsurlar ele alınmakta, yaşam tarzına dâhil ettiği nüvelerin neler olduğu irdelenmektedir.

Literatüre bakıldığında Cizre merkezinde ikamet eden bajari kesim üzerinde kültürel çerçevede yapılmış bazı çalışmalar görülmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, bajariler üzerinde yüksek lisans çalışmasını yapan Zeren (2019), Cizre bajarilerini tanıtmaya ve seksenli yıllardan sonra çevreden merkeze gelenlerle farkını ortaya koymaya çalışmaktadır. Aksoy'un (2013) da, aynı etnik kesime mensup olmalarına rağmen bajari kimliğinin diğer kesimlerden farkını ortaya koymaya çalışırken, bunu bajarilerin dışarıdan gelenlerle yaşadıkları sorunlar çerçevesinde ele aldığı görülmektedir. Ergün (2012) ise, şehrin kadim bir yerleşim yeri olmasından kaynaklı kültürel zenginliğine dikkat çekmekte ve Kürt kültüründe Cizre merkezinin yerini ve konumunu, burada oluşturulan kültürel kurumların maddi ve manevi kültürel düzeyin yükselmesindeki önemini ele almaktadır. Ancak Cizre'deki 'Bajari Kültürü'nü ve bu kültürün şekil almasında tarihsel, ekonomik ve kültürel boyutları da içine alan, bajari kültürünü ayırt eden unsurların neler olduğunu ele alan geniş ölçüdeki bir çalışmanın yapılmadığı söylenebilir.

Kültür sosyolojisi çerçevesinde ele alınan bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olarak, sıklıkla kullanılan "etnografik" çalışma çerçevesinde yürütülmüştür. Etnografik yöntem, kültüre özgü olduğu düşünülen görünümlerin anlaşılmasında başvurulan bir araştırma yöntemidir. Bu araştırma yönteminde, grubun ortak kültür, dil, inanç ve davranış örüntüleri esas alınır ve incelenmeye çalışılır (Creswell, 2015: 90). Etnografi, belirli bir insan grubunu veya onların kültürünü anlamlandırmak, betimlemek ve ortaya koymak üzere yapılan bilimsel çabaların bütününü ifade eder (Kartarı, 2017: 217). Herhangi bir kültürün bileşenlerini ve aralarındaki ilişkileri anlamak, olay ve olguları mensuplarının gözünden görmeye ve kültürel kodları açmaya çalışmak ve nihayetinde kültürü bütüncül bir yaklaşımla ele almak esastır. Özellikle iletişim kodları, bileşenler arası bağlantı noktaları olmaları hasebiyle aynı zamanda temel kültürel kodları oluşturur. Bu sebeple etnografik yöntemde araştırmacı, araştırılan kültüre mensup kimselerin gözünden dünyayı anlamaya, kültürel kodları öğrenmeye ve çözmeye çalışmaktadır. Farklı, ilginç, değişik veya yeni bir şeyi keşfetme kaygısından ziyade gündelik yaşamın kendisi araştırmacıya hangi bağlamda çalışılacağına dair öngörü sağlamaktadır.

Etnografik yöntem, somut ve soyut bileşenleri günlük yaşamın rutinleri arasından çekip çıkarmak konusunda olanak sunmaktadır. Günlük yaşam akışında, bir taraftan birbirinden farklı bağlamları ve bu bağlamlardaki söz, davranış ve etkileşimleri, diğer taraftan duygu, inanç ve söylemleri ayrı ayrı ele almak, ardından bütüncül şekilde anlamaya çalışmak bu yöntemde takip edilen parametrelerdir. Araştırma konusunu sorunlaştırma, araştırmanın amacını ve yöntemini kestirmede belirleyici bir aşamadır. *"Sorunlaştırma, herkesin gördüğü bir birey, grup, kültür, davranış ya da olayı hem geçmiş ve mevcut ilişkileriyle bütün olarak hem de onu oluşturan bileşenlerin birbiriyle durumunu görebilecek şekilde ayrıştırarak görünür hale getirmek demektir"* (Kartarı, 2017: 218). Birbirinden farklı kültürleri, büyük bir hızla tek tipleştiren veya ortadan kaldıran modern dünya, hiç olmadığı kadar büyük bir hızla, günümüzde farklılıkları ortadan kaldırmaktadır. Son dönemlerde giderek adeta eriyen durumdaki bajari kültürünü ve onu oluşturan bileşenleri anlamak, ayırt edici hususları ortaya koymak bu çalışmanın sorunlaştırdığı bir konudur.

Alan araştırmasının yapıldığı Cizre merkezinde, söz konusu edilen bajari kesim kültür, dil, inanç ve davranış örüntüleri bakımından büyük oranda ortak özellikler taşımaktadır. Bu doğrultuda bajari kavramının zemin bulduğu alanları, diğer toplumsal kesimlerden farklılık oluşturan yönleri ortaya koymak bu araştırmanın hedeflediği hususlardır. Ayrıca farklı güç unsurları ile ilişkilerinin ve toplumsal yapıdaki konumlarının tespit edilmesinin ancak etnografik bir çalışmayla mümkün olacağı varsayılmıştır. Zira etnometodolojik bir araştırma, araştırmacının peşin hüküm olmaksızın görüşüne başvurduğu aktörlerin araştırma konusuna verdikleri anlamı bulup aydınlatmasını gerektirir. Çalışmada kullanılmak üzere yarı yapılandırılmış soru formları hazırlanmış, veriler yüz yüze derinlemesine görüşme tekniği ile toplanmış, katılımcıların rızasıyla görüşmeler yazılı şekilde kayda alınmıştır. Nitel araştırmalarda başvurulan kategorilendirme/temalandırma yoluna başvurulmuş, yapılan analizler sonucu her bir konu ile ilgili görüşmelerden elde edilen temalar ilgili konulara işlenmiştir. Ayrıca bu çalışma, nitel araştırmalarda bir konunun durum, olay ve olgularla ile ilgili sayısal verileri ortaya koymayı amaçlamaktan ziyade araştırılan hususun gündelik yaşamın gerisindeki karşılıklarına, anlamlarına ve farklı görünümlerine ilişkin derinlemesine analizler yapmayı esas (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 70) almıştır.

Nitel araştırmalarda gözetilen hususlardan biri örneklem sayısının yeterliliğidir ve sayının fazlalığından ziyade derinlikli şekilde amaçlanan bulguların açığa çıkması temel amaçtır. Bu çerçevede katılımcı sayısının 5 ile 25 arasında olması önemli görülmektedir (Creswell, 2015: 81). Bu çalışmada, tekrara düşmemek için sayının sınırlı tutulması uygun görülmüş ve amaçlı örneklem olarak 10 katılımcı ile derinlemesine mülakat yapılmıştır. Bu doğrultuda Cizre merkezinde oturan ve bajari (şehirli) diye bilinen köklü ailelere mensup şahıslardan 6 kişi, merkeze yakın kırsal yerleşim yerlerinden gelen (köylü/göçer) şahıslardan da 4 kişi ile mülakat yapılmıştır. Amaçlı örneklemin, sağlıklı sonuçlar elde edilmesinde uygun bir yaklaşım olacağı düşünülmüş ve bu çerçevede, bajari kültüründen ve diğer kesimlerin yaşadığı kültürel unsurlardan, ayrıca son dönemde gelişen toplumsal olaylardan haberdar olabilecekleri ve toplumsal ilişkileri yakından gözlemlemiş olabilecekleri düşünülerek, katılımcıların daha çok ileri yaşta olmalarına dikkat edilmiştir. Görüşmecilerin tümü erkeklerden oluşmaktadır ve bunlar, özellikle merkezde memurluk ve esnaflık yapmış, halkın yaşam tarzını yakından gözlemlemiş olanlardan seçilmiştir.

Bajari kültürünün şekil kazanmasında ve öne çıkmasında etkili faktörlerin peşine düşülmüş ve özellikle siyasi, kültürel ve ekonomik yönler irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın konusu ve kapsamı, bajari olmanın tarihsel arka planı dile getirmek, sosyal, kültürel, ekonomik ve manevi boyutlardan farkını ortaya koymak, yakın dönemlerde yaşanan değişimi ele almak sınırlı tutulmuştur. Bajari kültürünün ne olduğunu, çevredeki yaşam tarzlarından farkını veya ayırt edici unsurlarını ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmuştur.

Alan araştırmasında görüşmecilere sorulacak soruların etik açıdan müsaadesi Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu tarafından alınmış ve alan araştırması bu izin çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

4 Geçmişten Bugüne Cizre'de Bajari Kültürü

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin tarihsel ve kültürel yönleri ağır basan bazı merkezi yerleşim yerleri için kullanılan bajari kavramının en çok karşılık bulduğu veya anlam kazandığı yerlerin başında Cizre gelmektedir. Tarihsel ve kültürel geçmişinin yanında stratejik konumunun sağladığı avantajlar Cizre'nin önemli bir merkez haline gelmesini sağlamış ve merkezde yaşayanlar, çevredeki kırsal yerleşim yerlerinde kalanlardan farklı olduklarını ortaya koymak üzere bajari kavramını sıklıkla kullanmışlardır. Osmanlının son dönemlerinde yaşanan yönetimsel sorunlar nedeniyle göç eden aileler ve onların yerlerine getirilen ailelerle yaşanan sirkülasyondan sonra büyük ölçüde şekil kazanan Cizre'nin demografik yapısı, Cumhuriyetin kurulmasıyla da büyük oranda korunmuş ve bu yapı 1980'li yıllara kadar sürdürülmüştür. Yaklaşık yüzyıl boyunca, büyük oranda muhafaza edilen Cizre'nin demografik yapısı, merkezde belirli bir kültür düzeyini, ilişkiler ağını, ortak tutum ve davranış kalıplarını meydana getirmiştir. Benzeşen pratiklerin yoğun yaşanmasıyla ortaya çıkan yerel kültür, çevresindeki kırsal yerleşim yerlerinden yalıtılmış bir şekilde biçimlendirilmiş ve birçok konuda yaşanılan üst düzeydeki pratikler merkezde bulunanlar için bir kazanım olarak görülmüştür. Merkezde yaşayanların elden bırakmak istemediği söz konusu kazanımlar, ötekiler üzerinde bir imtiyaz aracı olarak kullanılmış ve zamanla ötekilere karşı bir üstünlük algısını beraberinde getirmiştir. Özellikle çevredeki yerleşim yerlerinde kalan köylü ve konargöçer bir yaşam tarzı

sürenlerden farklı; belirli ölçülerde daha kültürlü, asaletli, bilgili ve görgülü olduklarını ortaya koymaya çalışmışlardır.

1980'li yıllarda baş gösteren güvenlik olayları, yaşanan göçler ve beraberinde oluşan toplumsal hareketlilik, insanların çevredeki kırsal yerleşim yerlerinden merkeze gelmelerine neden oluşturmuş ve bu durum merkezin demografik yapısını büyük oranda değiştirmiştir. Kısa bir sürede merkezin nüfusu üç katına çıkmış ve bajariler kendilerini Cizre'nin asli unsuru, çevredekileri de kendilerinden düşük konumda bulunan kimseler veya hizmetçileri olarak gören bir algıyla öne çıkmışlardır. Şehir merkezinde zamanla kendilerini azınlıkta görmeye başlayan bajariler, çevreden gelenlerle sorunlar yaşamış ve dışarıdan gelenlerin yaşam tarzlarını kendi kültürlerine yönelik bir tehdit olarak görmüşlerdir.

3.1 Cizre'de Bajariler ve Bajari Kültürü

Olay ve olgular genellikle sebep-sonuç ilişkileri çerçevesinde şekil kazanır, yani her şeyin bir sebebi olduğu gibi her sebebin de bir sonucu olur. Bu çerçeveden bakıldığında bajar (şehir), yönetim, devlet gibi kavramlar birbirlerinin sebebi ve sonuçlarını içerirler. Her ne kadar şehir ile devlet ilişkileri muğlak olsa da özellikle şehir devletçiklerinin oluşması bu sebep-sonuç ilişkilerinin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Zira devlet yapılanması şehirler üzerine kuruludur. Şehirler medeni olma konusunda kendi içlerinde gelişme gösterdikçe bunu daha yüksek bir seviyeye taşıma olanağını da elde ederler (Subaşı, 2017: 198). Cizre gibi stratejik konuma sahip bir yerleşim yerinin kale ve surlarla korunan ve şehir devletini andıran durumu beraberinde yüksek düzeyde bir kültürün izlerini de barındırmaktadır. Ancak kültürler kısa bir sürede ortaya çıkmayan, gelişen olaylarla şekil kazanan, iletişim ve ulaşımın sıklığı oranında gelişme gösteren yönlere sahiptir. Bu kısımda, Cizre özelinde öne çıkan bajari kültürünün siyasi gelişmelerle, üretim ve tüketim dengesini oluşturan ekonomik döngüyle, eğitim düzeyi ve önemli ölçüde etkilendiği bir alan olarak maneviyatla olan ilişkisi üzerinde durulacaktır.

3.1.1 Bajari Kültürü ve Siyaset

Geçmişi M.Ö.6000 yılına kadar dayanan ve Yukarı Mezopotamya'nın en önemli yerleşim yeri olan Cizre, sırasıyla Asur, Pers, Roma, Sasani, Mervanî, Eyyûbi ve Osmanlı dönemlerinde de bölgenin en önemli merkezlerinden biri olmuştur. İlgili dönemlerde coğrafi, idari, askeri, ticari ve kültürel yönlerden merkezi bir yer olmasıyla öne çıkan Cizre, stratejik konumuyla Anadolu ve Mezopotamya'yı birbirine bağlamış ve Dicle Nehri sayesinde ticari yönden önemli bir avantaja sahip olmuştur (Yıldız vd., 2010: 224). Tarihsel süreçte etrafta bulunan farklı devletler, ortaya çıktıkları bölgelerde güçlenmiş, Cizre'yi bir dönem himayesine almış, ancak yönetimi yerelde ikamet edenlere bırakmış ve bu döngü binlerce yıl devam etmiştir. Örneğin Eyyûbiler, kendilerine bağlı kalmaları suretiyle Cizre'nin emirlik olarak devam etmesini kabul etmiş ve düşmanlarına karşı verdikleri mücadelelerde Cizre halkının desteğini yanlarında görmüştür. Cizre'nin kaderi haline gelen bu tarihsel döngü sonraki dönemlerde de devam etmiş ve Moğol saldırıları döneminde Cizre, Eyyûbilerin kontrolünden çıkarılmıştır (Demir, 2010: 77). Arap-İslam hâkimiyetinin hemen sonrasında Cizre'nin yönetimi yaklaşık yüzyıl Mervanioğullarının (990-1085) elinde kalmış ve 1085 yılında Büyük Selçukluların hâkimiyetine geçmiştir. Akabinde Cizre şehri, belirli sürelerde Artuklu, Musul Atabeyleri, Eyyubi ve Moğolların yönetiminde kalmıştır (Akyüz, 2010: 863). Önce Azizan Beyliği ve daha sonra Cizre (Botan) Beyliği dönemleri ise, şehrin önemli bir yerleşim yeri haline gelmesinde, yerleşik ve kadim bir kültürün oluşmasında; mimari, sanat ve edebiyat alanında önemli eserlerin ortaya konulmasında belirgin bir dönem olmuştur. 19.yüzyılın ortalarına kadar devam eden Cizre Beyliği dönemi *bajari kültürü*nün oluşmasında da önemli ölçüde rol oynamıştır.

Osmanlının son dönemlerinde, özellikle Tanzimat Fermanıyla birlikte azınlıkların hak arayışları ve milliyetçi fikirlerin yayılmasıyla toplumsal düzeni bozmaya yönelik girişimler, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da bulunan beylikler de önemli bir toplumsal sorun olmaya başlamıştır. Cizre bölgesinde yaşayan farklı etnik ve dinsel gruplar Cizre beyliği döneminde bir arada yaşarken, özellikle Nasturilerin, daha sonra farklı azınlık grupların bazı toplumsal karışıklıklara yönelmeleri bölgesel yönetimin olaylara müdahale etmesine yol açmıştır. Avrupa ülkelerinin bu azınlık haklarına yönelik Osmanlı üzerinde oluşturduğu baskılar, merkezi yönetimin Cizre Beyliğine son verilmesi kararını almasına neden oluşturmuştur. Beyliğin sonlandırılmasının ardından bölgedeki toplumsal yapının dokusuna etki edebilecek yönetim mekanizması bir türlü oluşturulamamış ve merkez tarafından atanan kaymakamlar yoluyla bölge yönetilmeye çalışılmıştır.

Cizre Beyliğinin 1848'de Osmanlı tarafından sonlandırılması ve Mir ailesi diye bilinen Bedirhani ailesinin ve destekçilerinin sürgün edilmesinden sonra, toplumsal yapısı ağırlıklı olarak aşiretlerden oluşan Cizre yöresinin kontrol edilmesi önemli bir problem haline gelmiştir. Bedirhan Bey'den sonra bölgesel yönetim bir süreliğine Êzdin Şêr Bey'e teslim edilmiş ancak onun da isyanıyla aşiretlerin kontrol altına alınması zorlaşmış ve merkezden tayin edilen yöneticilerin bölge üzerinde etkilerinin olmadığı, bölgede güvenliği sağlamanın fazlasıyla güç olduğu anlaşılmıştır. Özellikle Êzdîn Şêr'in son dönemlerde çıkardığı isyanın bastırılmasından sonra göreve getirilen Kaymakam Mustafa Paşa'nın yüksek vergilerle ve yolsuzlukla halkı bezdirmesi, yönetimdeki keyfi uygulamaları Cizre halkının Osmanlı yönetimine mesafeli (soğuk) bakmasında etkili olmuştur (Öğün, 2010: 391). Yaşanan bu tür sorunlar nedeniyle merkezi yönetimce bölgenin sevk ve idaresinde değişikliğe gidilmiştir. Çok geçmeden Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde, 1890 yılında Hamidiye Alaylarının kurulmasına, bir alayın da Cizre bölgesinde bulunmasına karar verilmiştir.

Bölgenin etnik yapısının çoğunlukla Kürtlerden oluşması ve Batı eksenli ortaya çıkan milliyetçilik akımı doğrultusunda Kürtlerin bölgede bir takım isyanlara kalkışması, Cizre bölgesinin Osmanlının son dönemlerinde siyasi yönden önemli sorunlar yaşamasında doğrudan etkili olmuştur. Özellikle Irakta bulunan Kürtlerle kurulan irtibat, bölgede siyasi bir takım hareketlenmeleri beraberinde getirmiştir. Öyle ki Irakta yürütülen Kürtlerle ilgili politikalar Cizre bölgesinde yakından takip edilmiş ve bu durum Cumhuriyetin kurulmasından sonra da devam etmiştir. Kuzey Irak Bölgesel Kürt yönetiminde etkili şekilde siyaset yapan Barzanilerin veya Talabani ailesinin savunduğu fikirler yakın dönemlerde bile Cizre merkezinde, özellikle bajari kesimden taraftar bulabilmiştir.

Alan araştırmasında görüşmecilerden, bajariler başta olmak üzere bölgenin siyasi yönden nasıl bir seyir izlediği yönünde sorular sorulmuş ve bölgenin Osmanlı döneminden beri devam eden siyasi durumu irdelenmeye çalışılmıştır.

> *"…bajari kesim arasında Barzani'nin siyasetini beğenen ve bu çizgiyi savunan insanlar da var. İktidara yakın olanlar da vardır. Konumunu, koltuğunu korumak isteyenler de var…"* (K-9, 63).

> *"… özellikle Dağkapı mahallesi siyasi görüş olarak Celal Talabani'nin görüşündeydiler. İddia edildiğine göre 80'li yıllarda mahalleye bir sürü silah temin edilmişti Talabani'nin adamları tarafından. Daha sonra cezaevine girenler oldu bu silahlar yüzünden."* (K-10, 66).

Osmanlının son yüzyılında ortaya çıkan siyasi fikirlerden dolayı bölge zorlu dönemlere şahit olmuş, özellikle Cizre merkezinde siyasi fikirlere yönelen veya onlarla bağlantıda bulunan aile veya kesimler göç ettirilmiştir. Onların yerine ise daha çok Irak, Suriye ve Suudi Arabistan gibi ülkelerden, ayrıca çevre il, ilçe ve köylerden gelen aileler yerleştirilmiş ve kendilerinden siyasete bulaşmamaları konusunda uyarılan bu aileler, bugün bajari denilen kesimin vücut bulmasını sağlamıştır. Bajariler Cumhuriyet tarihi boyunca çoğunlukla siyasi görüşlere mesafeli davranmış, genelde merkezi sayılan partilerde siyaset yapanlara yakın durmuş ve kendi kazanımlarını önceleyen politikaları takip etmişlerdir. Yakın dönemlerde de bu politik duruşları devam etmiş ve dışarıdan (yakın çevreden) gelip yerleşenlere göre siyasi konularda daha gerilerde kalmayı tercih etmişlerdir.

> *"Küçükken aile büyüklerimizden duyardık. Eski dönemlerde siyasetle uğraşmamaları için çok baskı gördüklerini söylerlerdi. Bize de bu konuda çok tembih ederlerdi. Bu yüzden siyasi yönden bajariler biraz geri planda kalmayı tercih eder, rengini pek belli etmez."* (K-9, 63).

> *"…kesin bir ideolojileri yoktur. Çünkü devletin yöneten ana eksen siyaset neyse ona göre siyaset ve güç çevresi oluştururlar. Diğer kesimlerden farkı budur. Siyasi fikirlerinin hükümetteki partiye göre şekillenmesi…"* (K-7, 52).

Devletle yakın ilişkiler geliştiren ailelerin bu yöndeki girişimleri Cumhuriyetin kurulmasından hemen sonraya kadar geriye götürülebilir. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde kurulan Halkevleri'nin Cizre'de gerçekleştirdiği etkinlikleri (1938-1950) yakından inceleyen Altan (2012: 79), konuyla ilgili ilçenin önde gelen şahsiyetleriyle mülakatlar gerçekleştirmiştir. Çalışmada, ilgili dönemde etkili ve yetkili konumda bulunan ve "malağa" (ağa aile) denilen Dursun, Özalp, Yardımcı, Sönmez ve Özkan gibi köklü ailelerin devlete bağlılıklarının bulunduğunu ve bunu göstermek için de Halkevlerinin gerçekleştirdiği etkinliklere iştirak ettiklerini belirtmektedir. Başı açık ve manto giyinen eşleriyle birlikte katılım gösteren erkekler ise genellikle batıdan gelen memurlardan oluşmaktadır. Etkinliklere, kültürel doku uyuşmazlığı ve dil probleminden dolayı halkın rağbet göstermediği ifade edilse de, bazı önde gelen ailelerden erkeklerin bu etkinliklere eşleri olmaksızın iştirak ettiği dile getirilmektedir. Cizre'nin köklü ve aynı zamanda kendilerine 'seyyid' denilen Elçi

ailesinden Şerafettin Elçi, bazı ailelerin bu etkinliklere iştirak etmesini, kısmen o dönemde oluşan mecburiyete, kısmen de bu ailelerin beklentilerine bağlamaktadır. Bu ailelerin bir taraftan devletle ters düşmek istememeleri ve diğer taraftan devletin imkânlarından faydalanmak istemelerinin etkili olduğu dile getirilmektedir.

> *"Bajariler, devletin kendilerine sunduğu imkânları iyi kullanmış ailelerden oluşurlar. Devletle karşı karşıya gelmemişlerdir. Son dönemlerde yaşanan toplumsal olaylarda da ya taraf olmamışlardır veya devletten yana seçimlerini yapmışlardır. Kendi rahatlarına ve kazançlarına halel gelmeyecek şekilde davrandıkları söylenebilir. Bajariler devletle yaşanacak çatışmanın sonuç vermeyeceğini belirtir ve yaklaşık 150 yıl öncesinde yaşanan olayları ve Bedirhani ailesinin durumunu örnek verirler…"* (K-4, 46).

1950'li yıllar, Cizre merkezinin yönetimine sahip olmaya çalışan kesimler için siyaseten çok hareketli geçen, siyasetin merkezinde bulunan partilerden aday olduktan sonra kendilerine göre yerelde bir siyaset izlemeye çalıştıkları bir dönemdir. Öyle ki belediye başkanlarının ölümüne sebep olacak düzeyde kızışan bir mücadele söz konusudur. Ayrıca sadece bajarilerden oluşan bir şehir oluşturma ve çevre köylerde kalan veya konargöçer hayat yaşayan kesimlere merkezde arazi satmama yönünde politikalar uygulanır. Burada bajari olmanın bir üstünlük olduğu, bajari kültürünün korunması gerektiğine dair bir bilinç söz konusudur ve bunun uğruna bir mücadelenin fazlasıyla verildiği görülmektedir.

> *"…çevredeki yerleşim yerlerinde yaşayan aşiret mensupları/köylüler bajariler tarafından daha düşük mertebede yaşayan insanlar olarak görüldükleri için şehrin huzurunu kaçırmasınlar diye 1960'lı yıllarda merkeze yerleşmelerine izin verilmemiştir."* (K-4, 46).

Bu yöndeki politikaları uygulayan ve tartışmaların odağında bulunan isim ise dönemin Belediye Başkanı Abdulkadir Dursun'dur, farklı kesimden insanların saldırısına uğrar ve hayatını kaybeder. Ancak ölümüyle ilgili birden fazla iddia söz konusudur; Suriye tarafındaki arazileri sahiplenmeye çalışması, çevredeki köylü, aşiret ve göçerlere merkezde arazi satmayı yasaklaması, merkezdeki arazileri adamlarıyla beraber kendileri üzerine kayıt etmeye çalışmaları nedeniyle öldürüldüğü belirtilse bile olayın gerçekliği sır olarak kalır.

> *"Qadê Haci Dursun'un (Abdulkadir Dursun) kendisi değil ama yanında muhasebe işlerine bakan bazı adamlarının usulsüzlük yaptığını duymuştum. Adamlarından, aynı zamanda encümen olan üç kişi merkezin etrafındaki arazilerin tapusunu kendi üzerlerine yaparlar. Bugünkü Dörtyol ve etrafında halen bazı ailelere ait araziler mevcuttur. Ancak olayın faturasını da Qadê Haci Dursun öder."* (K-9, 63).

Cumhuriyetin kurulduğu dönemden itibaren Cizre'de belediye başkanlığı yapmak sorun teşkil etmiş, bu husus önemli çekişmelere konu olmuştur. Bu yöndeki mücadele Abdulkadir Dursun olayından sonra da devam etmiş ve özellikle iki-üç aile ekseninde gelişen mücadeleler nedeniyle iz bırakmıştır. Merkez partileri arasında gelişen mücadeleden daha fazla öne çıkan yerel siyaset (belediye başkanlığı), kimi zaman halkın günlük hayatını etkileyecek düzeye gelmiş, bazen de mahalle bazında ayrışmaların yaşanmasına neden teşkil etmiştir. Belediye başkanlığına aday kimseler veya aileleri etrafında kümelenen halk birbirlerini sindirmek üzere bazı zamanlar çarşı/pazarda, bazen de mahallelerde kavgalar gerçekleştirmiştir. Hatta bazen, tarafını tuttukları adayın kazanamaması durumunda önemli ölçüde bedel ödemişlerdir.

> *"Karşı tarafın adayı kazandığında bir dönem boyunca (5 yıl) belediyeye uğramazdık. İhtiyacımız olsa bile gidip onlara muhtaç olmazdık. Çünkü işimizi görmeyeceğini bilirdik, gerçi açıkça onlar da zaten yapmıyordu işimizi"* (K-9, 63).

Siyasal yönden var olan sorunlara eklemlenen gelişmelerden biri de 1970'li yıllarda devletin uyguladığı askeri ve siyasi baskılar ile Kürt örgüt ve partilerin kendi aralarındaki çatışmaları sonucunda bölge halkının taraf tutmak zorunda bırakılmasıyla başlayan göçlerdir. Bu göçler, batı illerine olduğu gibi Almanya başta olmak üzere Avrupa'nın diğer ülkelerine de yapılır. 1980'li yıllarda büyük askeri harekâtlar ve tutuklamalar göçün devam etmesini ve köylerin giderek merkezde bulunan bajari ağaların tekeline geçmesini sürdürür. Özellikle 1980'li yılların ortalarında bölgede patlak veren olaylar, güvenlik sorunları nedeniyle ve bölgedeki olayların kontrol altına alınmasını sağlamak üzere koruculuk sistemi getirilir. Koruculuk sistemi zamanla bölgedeki ağaların silahlı birliklerini, rakiplere karşı kullandıkları bir güce dönüşür (Aksoy, 2013: 120). Bu dönemde çevreden gelen göçlerle birlikte merkezin nüfusu yaklaşık üç katına çıkar. Artık demografik yapısı tamamen

değişmiş olan merkezde bajari kesim azınlıktadır ve kendilerini, yaşam tarzlarını, kültürlerini dışardan gelen kesime karşı korumaya çalışan bir pozisyondadırlar.

Bajari kültürünün şekil kazanmasına ve bajarilerin kendilerini diğer toplumsal kesimlerden ayrı bir konumda görmesine etki eden faktörlerin başında siyasi backgroundun geldiği söylenebilir. Tarih boyunca stratejik bir konuma sahip olmanın getirdiği mirasla övünen bajariler, kendilerini yönetim kademesinde bulunan soylu/asil kesimle özdeşleştirmektedir. Ancak bazı dönemlerin siyasi bakımdan sorunlu geçtiği ve kimi zaman kesintiye uğradığı, özellikle bajari kültürüne temel teşkil eden ailelerin çoğunun Osmanlının son dönemlerinde Cizre'ye yerleştirildiği (Yıldırım, 2022: 7) dikkate alındığında bajari kesimin kökenlerinin farklılaşabileceği görülmektedir. Zira Osmanlının son dönemlerinde Cizre merkezine siyasi bakımdan şekil verilmiş ve merkezin endişelerine konu olan aileler siyasi yaklaşımlardan uzak tutulmaya çalışılmıştır. Dışarıdan gelip Cizre'ye yerleşmelerine müsaade edilen ailelerden siyasi hassasiyetler gözetilmiş ve kendilerinden siyasetin dışında kalmaları durumunda önemli ölçüde maddi olanaklardan faydalanmalarının yolu açılmıştır.

3.1.2 Bajari Kültürü ve Ekonomi

Bajari kültürünün Cizre merkezinde belirgin hale gelmesinde etkili faktörlerin başında hiç şüphe yok ki ekonomik ilişkiler ve bunun ortaya çıkardığı sonuçlar gelmektedir. Zira tarih boyunca kültürün maddi ayağında görülen gelişmeler manevi yönüne önemli ölçüde şekil vermiştir. Cizre merkezinde de bu yönde yaşanan gelişmeler karşımıza çıkmaktadır. Özellikle nehir (Dicle) üzerinden taşımacılık yapılarak gerçekleşen ticaretin yanında, gerisinde bulunan dağlık bölgelerden ve kışları ılık geçen iklimden istifade edilerek yapılan hayvancılık Cizre'nin önemli bir ticaret döngüsüne sahip olmasını ve ekonomik yönden refah içerisinde bulunmasını sağlamıştır. Hayvanlardan elde edilen ürünlerin satışa sunulmasıyla elde edilen gelir ve son dönemlerde gerçekleşen sınır ticareti üzerinden sağlanan kazanç, merkezdeki insanların ekonomik yönden daha iyi bir düzeye çıkmasına katkıda bulunmuştur. Ticari döngüdeki bu konumundan dolayı, özellikle son bir buçuk veya iki asır boyunca Cizre'deki bajarilik kültürünün yerleşik hale gelmesinde ve bajarilerin çevredeki yerleşim yerlerinde bulunan insanlara göre kendilerini üstün görmelerinde etkili olmuştur. Başka bir ifade ile bajari kültürünün oluşmasına yön veren başlıca etken, merkezdeki insanların sahip oldukları olanaklardır ve içinde bulundukları ekonomik refah düzeyidir. Çünkü bir bajarinin çevredeki bireylerden farkı, onun sahip olduğu maddi olanakları; üst baş diye ifade edilen giyimi, yemeklerindeki çeşitlilik, evlerindeki konfor ve yaptıkları harcamanın miktarı gibi pratiklerdir. Dolayısıyla bajari olmanın iskeleti esasen ekonomik yönden sahip olunan olanakların yüksek düzeyde olmasında yatmaktadır. Bu yaklaşımı destekleyecek önemli bir argüman ise bajariliğin giderek yok olmaya başladığı ve neredeyse artık kimsenin bajarilik kültürüne itibar etmediği yönündeki kaygı ve endişelerdir. Çünkü bajarilik kültürünün omurgası konumundaki ekonomik olanaklar, son dönemlerde çevreden göç ederek merkeze gelen köylü ve göçerlerin eline geçmiş ve bu durum bajarilerin geri planda kalmalarına neden oluşturmuştur.

Cizre'nin ekonomik yönden iyi bir düzeyde olmasına katkıda bulunan hayvan ürünlerinin satışından veya kelekçilik yapılarak nehir üzerinden gerçekleşen ticaretin yanında başka faktörler de bulunmaktadır. Örneğin azınlık durumunda bulunanların uğraştığı zanaat içeren ve bölgede başka yerde bulunmayan imalata yönelik dericilik, ayakkabıcılık, kalaycılık vb. bazı meslekler, tarih boyunca Cizre'nin ticari faaliyetler yönünden gözde bir yer olmasına katkıda bulunmuştur.

Görüşme gerçekleştirilen kişilere ekonomik döngünün nasıl gerçekleştiği yönünde sorular sorulmuş ve maddi olanakların bajari kültürüne etkileri saptanmaya çalışılmıştır.

> *"Babamın çocukluğu döneminde Cıhü denilen Yahudiler yaşarmış burada, çok ta zenginlermiş, kalaycılık, ayakkabıcılık, dericilik, marangozluk gibi meslekler yaparlarmış, sonraki dönemlerde yetişen ustaların tümü onların yanında bu meslekleri öğrenmişlerdi, mesleğinde iyi olan ustalar o dönemlerde yetiştirdikleri çıraklardan iyi olanlarına 'ostaname' diye bir belge verirlerdi. O dönemlerde burada bir meslekle uğraşanların, esnafın, tüccarın ekonomik durumu çok iyiydi. "* (K-9, 63).

Azınlıkların yanında çırak olarak başlayan ve daha sonraları kendilerine işyeri temin ederek esnaflık yapan, azınlıkların bölgeyi terk etmeleriyle bu alana tamamen sahiplenen yerli kesimden insanlar, ekonomik yönden refah içerisinde olmuş ve bajarilik kültürünün ekonomik ilişkilerle bağlantılı olarak şekil kazanmasında önemli rol oynamışlardır. Çünkü esnaflık yapan veya alışveriş ile uğraşan kesim çevredeki kırsal yerleşim yerlerinden gelen kimselerin doğrudan muhatabı olmuş ve bajarilik

imajının toplumsal alanda zemin kazanmasındaki temsilcisi olarak anılmışlardır. Gelir bakımından yüksek düzeyde olmaları nedeniyle beyefendi bir görünüme, sofrasında yemeklerin çeşitliliğine ve belirli bir üsluba dikkat etmeleriyle öne çıkan esnaflar, kimi yerde üstünlük içeren davranışlar sergileyerek bajarilerin esasen çevrede yaşayan kesimlere göre üstün oldukları imajını vermeye yönelmişlerdir.

> *"…yemeklerimizde bol çeşit olmalı, kişi sofraya oturduğunda hem gözü doymalı hem de midesi. Bizde böyle. Evde istediğimiz yemek yoksa dışarı giderdik, yemeğimizi dışarda yerdik. Bu yüzden evdeki hanımlarda bol çeşit yemek yapardı ki içlerinden bir yemeği yiyebilelim diye… Ekonomik durumumuz iyiydi, kazancımız yerindeydi, yer, içer eğlenirdik..."* (K-6, 65).

Osmanlıların son dönemlerinde dinsel ve etnik yönden birçok farklılığı içinde barındıran Cizre'nin bu heterojen yapısı, ekonomik yönden önemli avantajlar sağlamıştır. Ustalık isteyen önemli meslekleri icra etmeleriyle bilinen Yahudiler ve Hristiyanlar, ticari faaliyet yürüten Müslüman kesimle birlikte Cizre'nin ekonomik yönden gelişme kaydetmesinde önemli rol oynamışlardır. Cizre merkezinde bulunan yerleşim yerlerinin mahalleler bazında ayrışması, Osmanlının son dönemlerinde farklı dine mensup kesimler üzerinden iken Cumhuriyetle birlikte ayrışmalar ekonomik göstergeler üzerinden gerçekleşmiştir. Örneğin Osmanlı son dönemlerinde Mir Ali mahallesinde Yahudiler, Dağkapı'da ise Hristiyanlar çoğunlukta olmuşlardır (Zeren, 2019: 26). Sonraki dönemlerde Mir Ali Mahallesi daha çok Bey, Ağa, Şeyh gibi varlıklı ve toplumsal statü bakımından elit konumda bulunanların mekânı olarak öne çıkmıştır. Dağkapı mahallesi de daha çok esnaflıkla ve ticaretle ilgilenen ve ekonomik yönden ortalamanın üzerinde bulunan kesimin mekânı olarak bilinmiştir. Kale mahallesi ise ekonomik düzey bakımından diğer mahallelerden daha geride bulunan bir kesimle anılmış, deri ve ağaçtan yaptıkları sandallar üzerinden yük taşıyan kelekçilerin ve kısmi şekilde ticaretle uğraşan kimselerin yoğunluklu şekilde yaşadıkları mahalle olarak anılmıştır. Merkezde yaşayan bajariler içinde Kale Mahallesinde ikamet edenler, ekonomik güç ve düzey bakımından toplumsal tabakanın alt kısmını oluşturan tabakayı teşkil etmiştir.

Esasen bajari kültürün oluşumunda öne çıkan faktör, merkezde bulunanların ticaret yapma olanakları ve onunla bağlantılı şekilde oluşan refah düzeyidir (Aksoy, 2013: 93). Cizre'nin, merkezin etrafında bulunan geniş ve verimli arazilere, küçükbaş hayvanlarını yazın yaylalara çıkarabilme, kışın ise dışarıda beslemeye müsait bir iklime sahip olması ve İpekyolu gibi önemli ticaret yollarının kavşağında bulunması, tarih boyunca onu, canlı ve güçlü bir ekonominin bölgedeki merkezi haline getirmiştir. Çevresinde sağlanan ürünlerin alım satımı veya ticareti Cizre merkezinde gerçekleşmiş, aracılar veya tüccarlar kimi zaman üretici kesimden daha fazla kazanca sahip olabilmiştir. Merkezde ikamet ettiği halde köy bazında arazilere sahip olan malağa aileler, Cizre'deki ekonomik döngünün önemli bir ayağını oluşturmuşlardır. Bajari kesiminin üst bir kimlik olarak öne çıkmasında, bazı köylerin bütün arazilerine sahip ağa kesimin merkezde ikamet etmiş olması da rol oynamıştır.

> *"Tahir (Vesek) Ağanın yaklaşık 10 (on) köyü vardı. Kale mahallesinde oturan Osman (Efendi) Ağanın da 4-5 köyü vardı, bir o kadar da Suriye tarafında köyleri vardı. Sönmez'lere ait 10 köy Suriye tarafındaydı. Onlardan halen Suriye tarafında oturanlar var. Yine onlara ait 50-60 tane dükkân Cizre'de vardı, marangozlar sitesinde. Mesela Hesenê Şex 4-5 köye sahipti. Hüseyn (Yiğit) Ağa'nın da 5-6 köyü vardı. Vesek'lerin dayıları olan Özkan ailesi de 3-4 köye sahipti"* (K-9, 63).

Türkiye'deki tarım ekonomisi geçimlik olmaktan çıktıkça büyük toprak sahibi ağalar daha fazla muktedir olmaya başlamış ve hükümetle işbirliği içerisinde çıkarlarını korumaya çalışmışlardır. Önceleri aşiretin ortak malı olan topraklar, devletin düzenlemesiyle kişisel mülkiyete geçmeye başlamıştır. Ağa kimseler toprak sahibi zenginlere, aşiret mensupları ise topraksız köylü sınıfına dönüşmüştür (Aksoy, 2013: 126). Bu durum zamanla aşiret bağlarında bir çözülmeyi, toprağa bağlılıkta azalmayı ve kırsal bölgelerdeki ekonomik şartların ihmal edilmesini getirmiştir. Cizre'deki köylerin özellikle verimli arazilerini elinde bulunduran ağalar, köylülerin yoksul durumlarını fırsat bilerek daha da zengin olmanın yollarına aramış ve köylülerin gözünde ağalar, bajari kesimi temsil eden bir figür olarak yer almış ve öne çıkmışlardır.

Toprak ağalığının önemli görünümlerinden biri olan Cizre'de köy bazında arazi sahibi olmak ve bu zenginliği merkezde oturarak sürdürmek, elit bir yaşam sürmek bazı durumlarda bajari kültürünün bir parçası sayılmış ve köylü kesim üzerinde üstünlüğe evrilmiştir. Bazı ailelerin toprakları atalarından kalmış ise de bazıları kendi olanaklarıyla veya resmiyet üzerinden takip ederek köy bazında arazilere sahip olabilmiştir.

> *"…bazı köyler Osmanlı döneminde atalarına verildiği için onlardan kalmadır, bazı köyleri de kendileri almıştır. Örneğin sınır ticaretiyle ilgilenen ve koyun alıp satan Yiğit ailesi çok iyi para kazanmıştır. Bir senede üç köy aldıkları halen söylenir buralarda…"* (K-9, 63).

Hemen her dönemde olduğu gibi son dönemlerde de Cizre'nin ekonomik yönden öne çıkmasına olanak tanıyan gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin 2000 yılında yapılan bir çalışmada (Boyraz, 2000: 42) Cizre'nin %42'sinin tarım ve hayvancılıkla, %27'sinin ise ticaretle uğraştığı tespit edilmiştir. Bajari olmanın ekonomik döngüyle yakından ilişkili olduğunu gösteren son dönemlerdeki gelişmeler, merkezdekilerin çevrede bulunanlarla aradaki ekonomik farkı açtıklarına işaret olarak görülebilir. Özellikle sınır kapısından geçiş kolaylığının sağlandığı 1980-81'li yıllarda araçların geçişinde önemli oranda artış yaşanmış ve yöredeki halkın ticarete ilgi duymasında önemli bir başlangıç olmuştur (Boyraz, 2000: 18). Bölgede gerçekleştirilen hayvancılığın ise modern yöntemlerden uzak olduğu ve iptidai bir besi hayvancılığına dayandığı belirtilmiştir. Diğer taraftan 1991 yılında patlak veren körfez krizi, Irakla yapılan sınır ticaretine önemli ölçüde zarar vermiş ve bölge halkının dışarıya göç vermesinde etkili olmuştur. 90'lı yılların ortalarına doğru sınır ticaretinde büyük oranda bir canlanma meydana gelmiştir. Cizre'nin E-24 transit karayolu üzerinde bulunması, tıpkı geçmiş dönemlerde İpekyolu'ndan sağlanan avantajların bir benzerini yaşatmıştır. Özellikle 90'lı yılların ortalarında, günde yaklaşık 3000 aracın geçişi, Cizre ilçesinin ekonomik yönden gelişme göstermesinde etkili olmuş, döviz alışverişi, elektronik eşyaların sınırdan geçirilerek alınıp satılması ve akaryakıt ticareti bölgenin adeta kaderini tayin etmiş ve önemli bir ekonomik refah seviyesi yakalanmıştır (Boyraz, 2000: 50). Bu dönemde Cizre'deki vatandaşların büyük çoğunluğu taşımacılık (logistik) alanıyla ilgili iş kollarında ve akaryakıt sektöründe uğraş vermeye başlamışlardır. Kuzey Iraktaki bölgesel yönetimle kurulan ticari ilişkiler sonucunda mal ve ürünlerin büyük çoğunluğunun Mersin ve Gaziantep illerinden tedarik edilmesi, Cizreli vatandaşların da önemli bir kısmının bu illere göç etmesine ve lojistik alanındaki faaliyetlerini buralardan devam etmesine neden oluşturmuştur. Bilindiği gibi sermaye sahipleri kendilerini ve sermayelerini güvende görebilecekleri yerleşim yerlerini seçerler. Cizre'nin de pek çok ileri gelen iş insanı veya önemli orandaki sermaye sahipleri ülkenin batısında bulunan şehirlere göç etmiş ve işlerini büyüterek önemli bir konuma gelmişlerdir. Bu dönemde sınır ticaretinden büyük orandaki alışverişler bajari kesimin kontrolünde gerçekleşmiş, köylü veya göçer kesim ise bu ticaretin az bir kısmıyla yetinmiştir.

Bajari olmanın ne anlama geldiğini ifade eden görüşmecilerden biri, bajarilerin güç ilişkilerinde ve ticari döngüdeki konumunu ifade ederken bajari olmadığını da belli edecek şekilde dile getirmektedir.

> *"Bajariler çıkar odaklı oldukları için devletle çok iyi ilişkiler geliştirmişler, geneli esnaf ve geri kalanı da memurdurlar. Resmi makamlarla ve siyasetle iyi ilişkilere sahip oldukları için sınır ticaretinin kontrolü de onlardaydı. Köylü kesimin çoğu o dönemde sadece şoförlük yapardı."* (K-10, 66).

Bajari kültürünün önemli ölçüde şekil kazanmasına vesile olan Cizre merkezinin ekonomik durumu, geçmiş dönemlerde olduğu gibi son dönemlerde de iyi bir düzey yakalamış ve merkezdeki insanların önemli bir refah seviyesi yakalamalarında belirleyici olmuştur. Bajari kültürünü öne çıkaran giyim ve yemeklerindeki çeşitlilik ve sahip oldukları yaşam tarzı doğrudan ekonomik göstergelere bağlı olarak şekil kazanmıştır.

3.1.3 Bajari Kültürü ve Eğitim

Cizre merkezine has bir kültür çerçevesi olarak görülebilecek bajari kültürün temelleri, daha çok Azizan ve Cizre Beylikleri dönemlerinde yakalanan eğitim düzeyiyle atılmıştır. Osmanlı döneminde kendi içlerinde serbest olan Cizre Beyliği, eğitim seviyesini üst düzeyde tutmaya çalışmış ve bu sayede Cizre'yi ilim, kültür ve sanatın merkezi haline getirmiştir. Bu dönem aynı zamanda bölgedeki medreselerden çıkan önemli bilim insanlarının, şairlerin, ediplerin ve âlimlerin öne çıktığı bir dönem olmuştur. Sözlü ve yazılı eserlerin ilk örnekleriyle Cizre'de karşılaşılmış, medrese eğitimi ile oluşan geleneğin bölgede kök saldığı bir yer olmuştur. Yönetim kademesinin merkezi olması nedeniyle ilim ehli insanlar buraya yönelmiş, yöneticilerin yetiştirilmesinin bir merkezi haline gelmiştir. Örneğin kentli kesimin imtiyazlı konumlarına önemli ölçüde güç veren ve Cizre'nin ilim ve kültür abidesi olarak görülen Medresa Sor (Kırmızı Medrese) kurumu, bajari olmanın farkını ve mekânın kimlikle ilişkisini ortaya koyması bakımından önemli bir fenomen olmuştur. Bunun dışında da medreseler faaliyet göstermiş ve Cizre, Doğu ve Güneydoğu bölgeleri başta olmak üzere Irak, Suriye ve Mısır

taraflarına kadar ilimle iştigal etmek isteyen öğrencilerin eğitim almaya geldikleri bir merkez haline gelmiştir. Bu dönemlerde öğrencilerin barınmaları halk tarafından karşılanmış ve bu vesile ile bajari kesimin de ilim ehli insanlarla münasebetleri merkezdekilerin kültürel düzeyinin yükselmesine de katkıda bulunmuştur.

Osmanlının hüküm sürdüğü topraklarda yerel yönetimleri ortadan kaldırarak merkezi otorite kurmaya yöneldiği dönemlerde yaşanan yönetimsel karışıklıklar, eğitimin kısmi şekilde sekteye uğramasını da beraberinde getirmiştir. Merkezi hükümet, taşrada bulunan bölgelerin eğitim düzeyini yükseltmek üzere 1882 yılından itibaren iptidai mekteplerin taşrada açılmasına karar vermiş ve bu okullardan iki tanesini Cizre'de açmıştır. Hemen sonrasında "Feyzi İttihat" adında kızlar için bir iptidai mektebi, İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından açılmıştır (Aktürk, 2021: 20). Osmanlı döneminde medrese eğitimine devam edilmiş ancak Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte medrese eğitiminin önüne geçilmek istenmiştir. Bazı medrese ve tarikatlar, faaliyetlerine gizli şekilde devam edebilmiş ancak bu eğitimlerden sağlıklı bir sonuç alınamamıştır. Cumhuriyetin kurulmasıyla laik bir eğitim sistemine geçiş bölgede hemen de içselleştirilmemiş ve bir takım sorunların oluşmasına mahal vermiştir. Cumhuriyetle birlikte insanların seküler hale getirilme çabası çoğu zaman karşılık bulmamış, bu dönemlerde dini konumu ağır basan Cizre'nin manevi büyüklerinin öne çıkartılması yönündeki gayretler belirgin hale gelmiş ve dini eğitim bajari kesimi tarafından destek görmüştür. Örneğin keramet ehli ve manevi bir şahsiyet olarak görülen Şeyh, Seyyid ve Seydalardan oluşan dinsel otorite görünümleri, siyasi ve ideolojik meselelerden uzak durması yönüyle önemli oranda takdir görmüş ve takva, zikir ve taate olan ilişkisi yönüyle dinsel otorite sahibi kimseler öne çıkartılmıştır (Şengül, 2014: 74-76). Manevi olgunlaşmanın yolunu göstermesi bakımından öne çıkartılan dinsel kimliğe sahip bu şahsiyetler merkezdeki insanlar üzerinde önemli bir tesire sahip olmuştur.

Bajarilerin çevrelerinde bulunan kesimlere göre kendilerini imtiyazlı görmelerine haklılık kazandırdıklarını düşündükleri bir konu olarak eğitim düzeyi, gerçekte bajarilerin farkını ortaya koyan önemli bir husustur. Resmiyet gerektiren işlerin üstesinden gelmek, şehrin yönetim kademesinde bulunmak, siyasi ilişkilerde güçlü konumda bulunmak, ticari faaliyetleri yürütmek ve daha birçok alanda var olmak üzere güçlü aileler eğitime yatırım yapmış ve çocuklarını eğitim almaya yönlendirmişlerdir. Bu yöndeki girişimler Cumhuriyetin kurulduğu dönemle birlikte başlamış, bazı aileler eğitim tercihlerini resmi eğitimden yana yapmış ve resmi okullardan ilk eğitimlerini aldıktan sonra çocuklarını büyük kentlere göndererek daha üst seviyede öğrenim görmelerine destek vermiştir.

Konuyla ilgili verilere ulaşmak üzere katılımcılara Cizre merkezinde eğitim döngüsünün nasıl işlediği, eğitime verilen önem ve eğitimin bajari olmadaki rolüne dair sorular yöneltilmiş ve bu yönde önemli bulgular elde edilmiştir.

> *"Cizre'nin ileri gelen aileleri 1950'li yıllarda köy satıp çocuklarını Mardin'e, Diyarbakır'a göndermiş ve okutmuşlardır. Şimdi bu insanlar kendilerine göre bir bedel ödemişler…"* (K-1, 49).

> *"Cumhuriyet kurulduktan sonra da bajari ve elit gören aileler çocuklarını devletin resmi okullarına göndermişlerdir. Şerafettin Elçi ve Nurettin Yılmaz gibi şahıslar 40'lı, 50'li yıllarda dışarıya gönderilmiş ve okutulmuşlardır. Eğitimin önemini bilen ve çocuklarını okutan bir çizgileri vardı"* (K-8, 65).

Bajariler için Cizre'nin geçmişten beri ilmin merkezi olduğu, kimleri yetiştirdiği, hangi parlak dönemlere ev sahipliği yaptığı, eğitim kurumlarının işlevlerinin neler olduğu vb. geçmişle ilgili kültürel yönler önemlidir. Özellikle bajari kültürünün arka planında yatan unsurlar olması nedeniyle bilim insanlarının, tasavvuf, edebiyat ve dini önderlerinin önemini saatlerce anlatabilir, bajari kültürünü bu geçmiş üzerinden temellendirmeye çalışabilirler. Ancak son dönemlerde bajari kesimin eğitimle olan ilişkisi bakımından eleştirel yaklaşımlarda bulunanlar da mevcuttur. Özellikle 80'li yıllardan sonra, çevreden gelen göçlerle bajari kesimin eğitime yatırım yapmaktan ziyade strateji değişikliğine gittikleri, üniversite düzeyinde bir eğitim almalarına gerek duymadan çocuklarını resmi kurumlara memur olarak yerleştirmeye çalıştıklarından söz edilir. Özel üniversitelerde okuyup düşük başarılarını maddi olanakları sayesinde avantaja çeviren ve bu sayede resmi kurumların yöneticiliğini elinde bulunduran bajari kesimine yönelik eleştiriler bulunmaktadır.

> *"Bajariler genellikle devlet yanlısı bir tutuma sahip olduğu için memuriyette bir kaygıları olmayan bir sınıftırlar, hepsi devletin bir kurumunda memur olma fırsatına sahip olduğundan*

genellikle üniversiteye gitmezler, gidenlerin büyük bir bölümü de özel üniversitelerde okur daha sonra bir şekilde yolunu bulup memur oluyor" (K-10, 66).

Esasen bajari kesimin eğitime yatırım yapmasının geçmişi çok eski dönemlere dayanır, özellikle varlıklı kesimin eğitime ilgisi fazladır ve büyük bedeller karşılığında çocuklarını okutmak üzere büyükşehirlere göndermişlerdir. Aile içi eğitim başta olmak üzere medrese eğitimine ve belirli kimselerin kontrolünde eğitim almalarına önem vermiş, resmi okulların açılmasından itibaren çocuklarının bu kurumlarda eğitim almalarını sağlamışlardır. Dolayısıyla eğitim, bajari kimliğini öne çıkaran ve bu kesimin diğerlerinden farkını ortaya koyan önemli bir etken olduğu söylenebilir.

3.1.4 Bajari Kültürü ve Maneviyat

Bajari kültürü, kaynağını Cizre'nin köklü bir yerleşim yeri olmasından aldığı kadar, bu yerleşim yerinde açığa çıkan manevi kültür ve sanatla da yakından ilişkilidir. Bu sebeple bajari kültürünün oluşmasında edebiyatın veya sanatsal alanın etkisini de dikkate almak gerekir. Bu bağlamda Cizre, birçok kez yakılıp yıkılmasına rağmen çok parlak dönemleri de yaşamış, önemli sanatsal ve kültürel faaliyetleri ifa eden toplumsal unsurlara da ev sahipliği yapmış bir şehirdir. En parlak dönemlerinden birini Azizan Mirliği (Beyliği) döneminde geçirmiş ve önemli yazılı eserler bu dönemde ortaya çıkmıştır. Bu dönemden hareketle bajarvani (şehirlilik) ile edebiyat arasında doğrudan bir ilişki olduğu iddia edilir. Cizre'nin edebiyat ve sanattaki yeri ve konumu üzerine çalışma yapan Ergün (2013: 172), buranın Mezopotamya bölgesindeki en eski yerleşim yerlerinden biri olduğunu, kadim bir kültüre ve yazılı edebi eserlere kaynaklık ettiğini, coğrafi konumu nedeniyle bölgede hüküm sürenlerin veya toplumsal tabakanın elit kesiminin ikamet yeri olduğunu belirtir. Dolayısıyla edebiyatı, şehrin ileri düzeydeki manevi kültürünün bir ürünü sayar. Diğer taraftan da, tarihte ilk yazılı eser olarak bilinen Gılgamış Destanı'nın ortaya çıktığı Mezopotamya'nın Urukê şehrine coğrafi yakınlığı, Cizre'nin edebiyatta, kültür ve medeniyet basamaklarındaki derinliğine bir işaret sayılabilir. İlk yazılı eserlerin çoğunlukla hükümdarlara övgü mahiyetinde yazılmasının yanında dinsel öğeleri içermesi şehir kültürünü ve dolayısıyla edebiyatı şekillendirmiştir. Esasen Kürt kültüründe var olan yazılı eserlere bakıldığında, Kurmanci lehçesinde yazılan eserlerin neredeyse hepsinin ya Cizre'de yazıldığını veya Cizre'den eğitim alan kimselerin eser verdiklerini, ya da yazılan eserlerin Cizre'de meydana gelen olayları içerdiğini görmek mümkündür. Örneğin 16.yy sonrasında pek çok âlim ve edip ortaya çıkmış, önemli eserler meydana getirmişlerdir. Cizre'de yetişen âlim ve ediplerin en çok öne çıkanı hiç şüphesiz ki Melayê Cizîrî'dir (Şengül, 2016: 186). Kürtçe kaleme aldığı 'Diwan' adlı eserinde 114 şiir ve 2000 beyit yer alır. Diğer taraftan önemli bir medrese âlimi ve edip olan Ehmedê Xanî, 17. yüzyılda yaşamış (Şengül, 2016: 186) ve Mem û Zîn adlı ünlü eserini Cizre'de geçen aşk destanını konu edinerek yazmıştır. Aynı şekilde 16. ve 17.yüzyılları arasındaki bir zaman diliminde yaşayan Feqîyê Teyran, medrese eğitimini Cizre'de almış ve Cizre'ye bağlı bir köyde (Fınık) hocalık yapmıştır (Çiçek ve Yılmaz, 2017: 179). Ancak 19.yüzyıldan itibaren bölge istikrarsız bir hal almaya başlamış ve her alanda olduğu gibi edebiyat alanında da kayda değer eserler ortaya konulamamıştır. 19.yyüzyılın ortalarından itibaren bölgesel yönetimin lağvedilmesi ve sürgüne gönderilmesiyle yeni bir döneme girilmiş, edebi çalışmalar medreseler ve tekkeler yoluyla kısmi şekilde devam ettirilebilmiş iseler de belirgin şekilde öne çıkan eserler olmamıştır.

Araştırma kapsamında görüş belirten kişiler, bajari olmanın farkını en çok da manevi yönden olgunlaşmayı gerektiren yönüne işaret ederek dile getirmişlerdir.

"Bajari olmak, ilimle iştigal eden bir kültürden gelmek demektir. İlmi, maneviyatı yüksek biri olmak demektir. Melayê Cizîrînin birkaç şiirini ezbere bilmek demektir. Yani kültürlü insan demektir. Konuşmasına ve giyimine özen göstermek demektir" (K-8, 65).

Maneviyat çerçevesinde şekil kazanan bajari kültürün kökleri çok daha gerilere götürülebilir. Nuh Tufanından hareketle oluşan İslami kültürün ve onunla bağlantılı olarak Şafii mezhebinin etkisini sürdürdüğü bölgelerde önemli bir ağırlığa sahip olan medrese kültürü, manevi ağırlıklı işleyen bir kültürdür ve Cizre'deki bajari kültürünün de kaynağını teşkil etmektedir (Aksoy, 2013: 93).

"Bajari olmanın doğrudan maneviyatla veya inançla bir ilişkisi olmasa da dolaylı yönden vardır. Dini yönü ağır basan insanların izinden gitmek, onların sözünden çıkmamak, onların davrandığı gibi davranmak ve bunu yaşamında göstermek bir bajari için önemlidir" (K-8, 65).

Bajari kültürünün Cizre'de belirgin bir hal almasında etkili olduğu dile getirilen faktörlerden biri de Şeyh ve Seyyid'lerin merkezdeki statü ve rollerinden kaynaklı ilişkilerin sonuçlarıdır. Zira Cumhuriyetin kurulduğu dönemlerden beri merkezde ikamet eden ve toplumsal ilişkilerin şekil

kazanmasında özgül bir ağırlığı bulunan Şeyh ve Seyyid'lerin konumu merkezde öne çıkan bajari kültürüne önemli oranda yön vermiştir. Özellikle aileler veya farklı kesimler arasında baş gösteren anlaşmazlıkların giderilmesinde kilit bir konumda olmuşlardır. Ayrıca bu şahsiyetler, yaklaşık bir asır boyunca Cizre'de devam eden mahalle kavgalarının yatıştırılmasında veya kısmi şekilde uzlaşma sağlamalarındaki konumu bakımından da önemli bir rolü ifa etmişlerdir. Kendilerine ait dergâhlar kurmaları, halkın nezdinde keramet sahibi olarak görülmeleri, belirli bir süreden sonra icazet verdikleri talebelerin de başka yerlerde dergâhlar kurmaları yoluyla önemli bir şöhrete kavuşan bazı Şeyh ve Seyyid'ler, Cizre merkezinde bulunan halkın danıştığı ve söylemlerine riayet ettiği, dolayısıyla da var olan kültürü de şekillendiren kişilikler olmuşlardır.

> *"Bajarili olmak, asalet sahibi, eğitimli ve görgülü olmayı içinde barındırır. Dinsel boyuttan da bir yakınlık veya bağlılığın olması etkilidir. Yani kişinin seyit veya şeyh ailesinden biri olması seçkin toplumsal bir tabaka olarak bilinen bajari olmak için de önemli bir ayırt edici özelliktir. Örneğin Şeyh Seyda, oğlu Haşim Haşimi ve Veli Seyda ailesi bu bağlamda bajari olarak bilinirler ve bajari kültürünün şekil kazanmasına da etkili olmuşlar"* (K-1, 49).

> *"…Şerfaettin Elçi bir bajaridir ve bajari kesimi için önemli ve örnek bir kişiliktir. Elçi ailesinin peygamber soyundan geldiği iddia edilir, bu yüzden kendilerine Seyyid ailesi de denilir."* (K-2, 51).

Özetlemek gerekirse, bajari kültürünün şekil kazanmasına etki eden hususlardan biri Cizre merkezinin geçmişten beri sahip olduğu dinsel yönü ağır basan manevi kültürel yapısıdır. Bu yapı içerisinde dinsel boyutuyla öne çıkan kişiler olduğu gibi medrese eğitimi yoluyla ilmi, sanatsal ve edebi faaliyetlerde bulunan ve belirgin şekilde öne çıkan şahsiyetler de önemli oranda rol sahibidirler. Ancak bajari kültürünün büyük oranda Osmanlının son dönemlerinden itibaren şekil kazandığı dikkate alındığında, Osmanlı döneminde yönetim tarafından imtiyazlı görülen ve kendilerine destek verilen şeyh ve seyyid ailelerinin ve onlara mensup bazı şahsiyetlerin önemli ölçüde etkilerinin olduğunu da belirtmek gerekir.

3.2 Cizre'de Bajari Olmak: Ayırt Edici özellikler

Cizre merkeziyle sınırlı olan bajari kesimi, esasen homojen özelliklere sahip bir topluluk olarak anlaşılmamalıdır. Her bir ailenin kendisine göre bir yapısı ve ilişki biçimi bulunur. Örneğin köken olarak ağa soyundan gelen bir ailenin kendisine göre gizli işleyen kuralları ve belirli oranda üstünlük içeren tavır ve davranışları dikkat çeker. Ya da merkeze yerleşmeleri bakımından kıyaslandığında uzun bir süre önce gelen aileler diğerlerine göre daha fazla itibar görme beklentisindedir. Bir ailenin bajari kültürüne dâhil/entegre olması veya bu kültüre uygun hareket etme düzeyi de kendi aralarındaki değerlendirmelere konu olabilen hususlar olabilmektedir.

Birbirinden farklı görünümler arz eden bajari kesiminin gerçekte tam olarak neye ve kimlere denk geldikleri ve hangi özellikleriyle ayrıştıkları bu araştırmanın önemli bir sorunsalı olarak kabul edildi ve bajariliğin çevreden gelenlerce nasıl anlaşıldığının izleri sürüldü.

Konu hakkında görüş belirten kişiler, bajari olmanın genellikle şehirde geçirilen süre ile ilişkili olduğunu dile getirmektedir. Yakın dönemlerde gelenlerin ne yapsa da bajari olamayacağına yönelik bir bilinç söz konusudur.

> *"Bajari kimdir? Yani ecdadı şehirli olup kendisi de şehirli olan demektir."* (K-9, 63).

> *"Bajari kelime olarak şehirli demektir. Bu bölgede Cizre, Mardin ve Diyarbakır'da kendisini yerli gören ve dışardan gelenleri kendilerinden daha aşağı gören kesimdirler. Kısa sürede kazanılan bir sıfat değildir. Dışarıdan gelenler eğer ortalama 50 yıldan fazla bir geçmişe sahiplerse ve şehirlilerle aynı yaşam tarzına sahip olmuşsa onlar için de kullanılır"* (K-8, 65).

Büyük oranda birbirlerini tanıyan ve akrabalık dâhil bir takım ilişkilere sahip bajari aileler, dışarıdan gelenlerden farklarını ortaya koyarken konuşma tarzına veya özellikle konuşmanın ses tonuna dikkat çekmektedirler. Medrese dili olması bakımın Kürtçeyi düzgün telaffuz etmeyi, ilmi ve akıcı bir dil ile konuşmayı ve kendilerini köklü bir mirasın temsilcisi olarak görmeyi önemserler. Telaffuzlarında sert vurgulardan kaçınır, daha yumuşak tonda konuşmaya gayret gösterirler. Dışarıdan gelenler ise daha hızlı ve sert konuşurlar, harfleri de bastırarak ifade ederler.

> *"Bajarilerin dışarıdan gelenlere karşı son dönemlerde ses çıkarmayan yaklaşımları hariç tutulursa, geçmişteki tutumlarına ve yaklaşımlarına bakıldığında kendilerini Kürt kültürünün mirasçısı olarak görürler. Örneğin Kürtçe konuşmayı kültürlerinin bir göstergesi olarak kabul*

> *ederler ve büyük önem verirler. Konuşmanın kurallı olmasına ve düzgün telaffuza dikkat ederler. Öyle ki bajari olmayanları konuşmalarından hemen fark ederler"* (K-8, 65).

> *"Bajarilerin konuşma biçimi, lügati ve diksiyonu farklı olur. Bajari olmayan birini konuşmasından anlarız, bazen bir harfin telaffuzundan kendisini ele veriyor" (*K-2, 51).

Bajarilerin kendilerini öteki kesimlerden farklı konumladıkları alanlardan biri de yemeklerdeki farklılık ve çeşitlilik veya kısaca yemek kültürleridir. Esasen yemeklerdeki çeşitlilik, mutfak alanından yoksun bir yaşam tarzının ulaşabileceği bir düzey değildir ve zaten köylü ve göçer kesim de yaşam koşulları bakımından bu koşullardan uzaktır.

> *"…bir de bizim yemek kültürümüz farklıdır. Örneğin yeprak dolma, irk û kerî (munbar) ser û pê (kelle paça), ekşili dolma, içli köfte, serbidew (ayran aşı), kutilkdew (ayran köftesi) gibi yemeklerimiz var ve bunlar köylü kesimde pek bulunmaz…"* (K-9, 63).

Alım gücünün, harcanan zamanın ve yaşam tarzının belirleyici olduğu yemek kültüründe bajariler, çevrede bulunan kesimlere göre farklı bir konumdadırlar. Kendilerinin farkını dillendirirken konfor alanlarına dikkat çekmeye çalışan bu kesimden insanlar, tat veya lezzete düşkünlüklerini dile getirmekten kaçınmazlar.

> *"Bajari'ler zevklerine düşkün insanlardır. Mesela bir yemek zevkleri vardır, aklın almaz. Ailece yemeğe oturduklarında ilk konuştukları şey bir sonraki günde yiyecekleri yemeğin ne olacağıdır. Misafirliklerde gösterişli bir sofra, envai çeşit, düzen ve servis önemlidir onlar için. Yemeklerde ve yaşam tarzlarında lükse düşkünlük fazlasıyla vardır. Çünkü elit tabakaya yakışır davranmak veya öyle görünmek isterler."* (K-6, 65).

> *"…özellikle yemeklerine çok düşkündürler. Hatırlıyorum, biz yatakta uyumaya çalışırken babam sorardı, 'yarın ne yiyelim' diye. Bir seferinde biz uykuya daldıktan sonra iki defa dışarıya yemek için malzeme almaya gitmişti. Etli yemek bizde olmazsa olmazdır. Bizde hamalı bile yemeğine düşkündür, güzel yemek olmazsa yemeyiz mesela, tatil yapmayı, keyfimize bakmayı severiz. Ben bu sene bile üç ay Van'da tatil yaptım."* (K-9, 63).

Söz konusu kesimin, etraftan gelen insanlardan farklı olmalarını sağlayan üçüncü husus ise giyim tarzlarıdır. Bajarilerde giyim, yaşam tarzının önemli bir göstergesi, günlük yaşamın ise önemli bir fenomenidir. Giyilecek elbisenin iyi görünmesi ve kaliteli olması önceliklidir. Bir bajari ile ötekini birbirinden ayırt etmenin doğrudan belirleyicisi giyimdir ve bu husus bir bajari için hayati bir meseledir. Bu nedenle bajari kesimin hem kadınları hem de erkekleri köylü ve göçer kesimden farklı giyinmeye çalışır, kıyafetlerinin intizam ve uyumuna dikkat eder, içerde ve dışarda veya ortamına göre farklı giyinmeyi önemserler. Çocukluğunu köyde geçiren ve bajari kesime karşı öfkeli görünen bir görüşmecinin yorumu ise bajari giyimindeki farkı özetlemektedir.

> *"Bizden daha temiz giyinirlerdi. Şehirli oldukları üst-başlarından belli olurdu. Bizim koşullarımız ile onlarınki aynı değildi. Biz her işe koşan ve üst-baş düşünecek durumda olmayan koşullara sahiptik. Ama adamların tek derdi kendi keyiflerine bakmaktı. Zengindiler ve giyimleriyle, kıyafetleriyle farklı olduklarını gösterirlerdi"* (K-7, 52).

Bajari kesimin giyim ve süslenme merakının yanında takı ve ziynet eşyalarına düşkünlükleri de yüksek düzeydedir, ancak bunların kullanımı kamusal alandan ziyade evle veya özel günlerle sınırlıdır. Diğer taraftan kadınların evden dışarı çıkarken örtündükleri çarşaf geleneği, esasen bajari kültürüne ait bir giyim şeklidir ve kaynağı farklı geleneksel kurgulara dayansa bile çarşaf, Cizre'nin manevi kültürünün bir ürünüdür. Öyle ki son dönemlere kadar da çarşafsız kadınların dışarıda görünmedikleri yönünde ifadeler sıklıkla dile getirilir.

> *"Çarşaf giyinmek bajarilere ait bir giyim şeklidir. Köylü veya göçerler günlük işlerinde çalışabilecekleri rahat bir elbise seçerler ve genellikle fistan veya şalvar türü giyinirler. Bajarilerin ise kendi evlerinde rahat bir giyimleri vardır. Ancak dışarı çıktıklarında mutlaka çarşaf giyinirler"* (K-6, 65).

> *"Bizim kültürümüzde serik (peçe) denilen yüz kapama örtüsü var. Çarşaf giyinenler, yüzlerini kapatmak için onu kullanırlar. Bizim çocukluğumuzda kadınlar çarşaflı halleriyle bile sokaktan geçerken bir erkekle karşı karşıya geldiklerinde yerinde dururdu, gelene arkasını döner ve beklerdi, adam geçtikten sonra döner ve yoluna devam ederdi"* (K-9, 63).

Bajari kesimin kadınları, sadece giyim bakımından değil günlük hayatta, ev işlerinde, aile ilişkilerinde, karar almada, çocuklar üzerinde kurdukları otorite konusunda da çevreden gelip

yerleşen kesimlerin kadınlarına göre ayrışmaktadırlar. Özellikle bajarilerin kız çocuklarına karşı tutum ve yaklaşımları farklılık arz etmektedir.

> *"Bajari kesimde kadınların önemli bir ağırlıkları vardır. Daha çok 'Hanımağa' rolüne benzer bir konumları vardır. Evin çekip çevireni onlardır. Çocuklar üzerinde etkileri çok fazladır"* (K-2, 51).

> *"Cizre bajari geleneğinde çarşamba günü seyran yani piknik günüdür, kadınlar ve kızlar piknik yerine akın ederler. Bir anlamıyla kadınlar için dinlenme günüdür"* (K-9, 63).

> *"Kız çocuklarına değer vermede bajarilerin farkı çok açıktır. Kız çocukları el üstünde tutulur. Asla dışarıda herhangi bir işte çalıştırılmazlar, sadece ev içerisinde çalışabilirler. Onlar (çevreden gelenler) kızlarını her işe koştururlar. Çift evlilik bajarilerde çok azdır. Çevreden gelenlerde berdel, başlık parası ve çocuk evlilikler de var. Bajarilerde resmi nikâh esas alınır"* (K-2, 51).

Kadın erkek ilişkileri bakımından bir takım geleneksel kurallar bajari kesimde yerleşik bir hal almıştır. Örneğin düğünler, taziyeler, kirvelik ilişkilerinde kadınlar ve erkekler ayrı ortamlarda bulunur ve her biri kendi içlerinde bağımsız hareket ederler.

> *"Bajarilerin düğünlerinde erkekler ve kadınlar birbirlerinden ayrı olurlar. Her biri kendi içinde eğlenir. Ancak çevreden gelenlerde böyle bir uygulama yoktur. İç içe olurlar ve kadın ile erkek birbirlerinin elinden tutarak halay çekerler.' Cergubez' denilen bu halay çekme âdeti merkezde, yani bajarilerde görülmez"* (K-6, 65).

Bajarilerin gerek aile yapılarından, gerek asalet sahibi olduklarını iddia etmelerinden gerekse manevi önderlerinin etkisinde kalmalarından, toplumsal olay ve olgular karşısında kendilerine ait itidalli ve vakur bir duruşları söz konusudur. Başka bir ifade ile toplumsal yaşamda ucuz buldukları düşünce veya hareketlere yanaşmaz, olaylara karışmaz ve bazı hususları da tasvip etmeyen tutumlara sahiptirler. Özellikle siyasi konulardaki tavırları çevreden gelenlere göre farklıdır ve genellikle kendilerini belli etmeyen bir duruş sergilerler.

> *"Bajariler kendilerini ağırdan alan kimselerdir. Göç edenler gibi ailece nevroza, eyleme gitmezler, olaylara karışmaz ama ihbar da etmez kimseyi. Mesela korucu olmayı da kabul etmemiştir bajariler. Korucu olanların hepsi göçer veya köylülerdir. Adamlar merkezde oturur ama köyünde korucu görünür"* (K-9, 63).

Bajariler, yakın dönemlerde merkeze göçle gelen büyük orandaki kitle karşısında varlıklarını devam ettirmek üzere aralarındaki dayanışmanın düzeyini arttırmış durumdadırlar. Çevreden gelenlere göre birbirlerini daha fazla destekler, birbirlerine her konuda yardımcı olurlar. Örneğin taziyelerde veya düğünlerde birbirlerini yalnız bırakmaz, birbirlerine ait işyerlerinden alış veriş yapmaya dikkat ederler. Cizre merkezinde giderek sayısal bir azalma yaşadıkları, dışarıdan gelenlerle rekabet edecek düzeyde olmadıkları dile getirilse bile kurum amirlerinin ve memurların büyük çoğunluğunun bajari kesimden olduğu iddia edilir. Görüşmelerden elde edilen izlenimlere göre ticari faaliyetlerde ve ekonomik güç ilişkilerinde dışarıdan gelenlerin baskın olduğu söylenebilir. Diğer taraftan modernleşmenin hızla yayılmasıyla gerçekleşen toplumsal değişim, bajari kültürünün de değişime uğramasını ve çevreden gelen kesimle ortaklaşa bir yaşam tarzına doğru hızla yol aldığını söylemek mümkündür.

4 Sonuç

Mezopotamya bölgesinin kadim yerleşim yerlerinden biri olarak Cizre, gerisindeki yüksek dağ ve yaylaların ova ile buluştuğu, kış aylarındaki ılıman iklimi nedeniyle tarım ve hayvancılığa elverişli olduğu, İpekyolu ve Dicle Nehri'nin geçiş güzergâhında olması hasebiyle eski dönemlerden beri ticaretin yaygın şekilde gerçekleştiği stratejik bir konuma sahiptir. Etrafının surlarla örülmüş olması ise, güvenliğin ve kültürel gelişmenin sağlanmasında öne çıkan bir faktördür. Ancak merkezin etrafında bulunan yerleşim yerlerinde konargöçer bir hayat yaşayan ve daimi şekildeki yerleşik bir düzene sahip olmayan aşiret veya diğer kesimler de her zaman için ziyadesiyle bulunmuştur. Özellikle otlaklar veya meralar yüzünden sürekli birbirleriyle mücadele içerisinde bulunan aşiretler, yaşam tarzları nedeniyle göçebe bir hayat yaşamış ve kültürel yönden önemli bir gelişme kaydetmemişlerdir. Buna karşılık şehir hayatı yaşayan merkezdeki kesim (bajari) ise eğitim görme,

ticaret ve sanatla uğraşma ve farklı kültürlerle iç içe olma olanakları bakımından avantajlı olmuş ve kültürel düzeylerini yüksek tutmuşlardır.

Çevredeki yerleşim yerlerine göre Cizre'yi kültürel yönden öne çıkaran husus, geçmişten beri beyliklerin, mirliklerin (emirliklerin) ve hanedanların yönetimlerinin merkezi ve yönetim kademesinde bulunan bu kesim etrafında ilimle iştigal eden eşraf kesimin mekânı olmasıdır. Siyasi ilişkilerin yoğun yaşandığı bu merkez, aynı zamanda bölgesel çapta ticaretin döndüğü, esnaf ve sanatkârlığın ileri düzeyde olduğu, medrese ve tarikatlar yoluyla ilmi çalışmaların yoğun gerçekleştiği bir yerdir. Cizre Beyliği döneminde, edebiyat, şiir ve bilimsel çalışmalar alanında önemli ölçüde eserler verilir, ancak Osmanlının son dönemlerinde, yereldeki beyliğin ortadan kaldırılmasıyla farklı toplumsal kesimler arasında kargaşalar ve yönetimde istikrarsız bir dönem başlar. 19.yüzyılın ortalarından itibaren Cizre'deki ailelerden siyasetle ilişkisi bulunanların tümü sürgün edilir ve dışarıdan getirilen/gelen ailelerle Cizre merkezinin demografik yapısı önemli oranda dönüşüme uğrar. Öyle ki, günümüzde bajari diye bilinen kesimin aileler bazında Cizre'ye yerleşmeleri, büyük oranda 1850 ile 1890 yıllarına tekabül eder. Ancak sonrasında da toplumsal hareketlilik kısmen devam eder ve dışarıya göçler gerçekleştiği gibi dışarıdan göç ederek Cizre'ye yerleşen kimi aileler de bulunur.

Bajari kültürü kaynağını, Cizre'nin kadim bir yerleşim yeri olmasından, geçmişte yakaladığı önemli kültürel düzeyden, çıkardığı önemli şahsiyetlerden ve onların ortaya koyduğu eserlerden aldığı gibi tarım, hayvancılık, zanaat ve taşımacılık gibi ekonomik döngünün sağladığı avantajlardan da almıştır. Bu avantajlarla örülü bir kültürel çerçeve, yaklaşık yüz yıl içerisinde şekillenir ve bu kültürel nüveler bajari kesimin kendi farklılıklarını ortaya koyan görünümler halini alır. Bunlar daha çok yemeklerdeki çeşitlilik ve özen, kadın ve erkeklerin kendilerine has giyim tarzları ve konuşmalarındaki aksan veya telaffuza dayalı farklılıklardır. Bajari olmanın yerli olmakla eşitlendiği Cizre'de, şart koşulan gereklilik ise en az üç kuşak ve daha fazlası bir geçmişe sahip olmaktan geçer. Manevi göstergelerden ziyade maddi olanakların öne çıktığı toplumsal yaşamın son dönemlerinde bajariler, kültürlerinin manevi boyutlarını konuşturmaya çalışan bir çaba içerisindedirler. Ulaşım, kitle iletişim araçları ve şahsi teknolojik araçların yaygınlaşmasıyla hızla gerçekleşen değişim karşısında bajariler, kültürel farklılıklarının giderek yok olma tehlikesini ise yanı başlarında görmektedirler.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça

Aksoy, E. B. (2013). *Cizre örneğinde etnisite içi karşılaşma biçimleri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara*

Aktürk, S. (2021). 19. yüzyılın ikinci yarısında Cizre Kazâsı'nın idâri, demografik ve eğitim durumu. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (DÜSBED), 13*(26), 13-28.

Akyüz, H. G. (2010). Geçmişten günümüze Kardu'daki Cizre Süryanileri ve Cizre Episkoposu Mor Diyoskoros Gabriel (1286-1301). *Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu* (14-16 Mayıs 2010), Şırnak Üniversitesi Yayınları, Şırnak, (ss.863-876).

Altan, B. (2012). *Halkevleri sürecinde Cizre Halkevi örneği.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.

Boyraz, Y. (2000). *Cizre ilçesinin sosyo-kültürel yapısı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Cambridge Dictionary (t.y.). Bourgeoisie, 14 Nisan 2022 tarihinde https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/bourgeoisie adresinden erişildi.

Creswell, J. W. (2015). *Nitel araştırma yöntemleri. Ankara:* Siyasal Kitabevi.

Çiçek, H. ve Yılmaz, H. (2017). Gezgin şair/düşünür: Feqiyê Teyran. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 173-182.

Demir, A. (2010). Eyyûbiler döneminde Cizre ve çevresi. *Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu* (14-16 Mayıs 2010). Şırnak: Şırnak Üniversitesi Yayınları (ss. 71-85).

Doğan, C. (2010). *Cizre ve Bohtan Emiri Bedirhan Bey (1802-1869)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Ergün, Z. (2012). *Di Peydabûna Edebiyata Kurdî Ya Li Cizîra Botan de Karîgerîya Bajarvaniyê, (Cizîra Botan'da Kürt Edebiyatının ortaya çıkışında şehirleşmenin etkisi)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi, Yaşayan Diller Enstitüsü, Mardin.

Ersoy, R. (2018). Kültür, siyaset ve milli burjuvazi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi (OPUS), 9*(16), 1547- 1565.

Geertz, C. (1978). The bazaar economy: Information and search in peasant marketing. *The American Economic Review, 68*(2), 28-32. Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association,

Kartarı, A. (2017). Nitel düşünce ve etnografi: Etnografik yönteme düşünsel bir yaklaşım. *Moment Dergi (Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi), 4*(1), 207-220.

Öğün, T. (2010). *Doğu'nun mirlerine son veda: Cizreli İzzeddin Şir Bey ve isyanı*. İstanbul: Yeditepe Yayınları.

Özkan, A. (2018). Burjuvazi ve muhafazakâr kimliğin son dönem Türkiye'sine yansımaları. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi (OPUS), 10*(17), 1735- 1751.

Subaşı, K. (2017). Nirxandina Pirtûkan (Bajar-Edebiyat û Cizîra Botan). *The Journal of Mesopotamian Studies: Periodical Journal for Kurdish, Arabic and Syriac Studies, 2/1*.

Şahin, F. (2015). Ticaret yapılarında tarihsel gelişim ve tipolojiler: Trabzon üzerine yansıyış şekilleri. *Tarih ve Medeniyetler Tarihi, 4,* 2879-2894.

Şengül, S. (2014). Cizre Kırmızı Medrese bağlamında tarih, kimlik, hafıza oluşumu. *Kebikeç*, (37), 57-78.

Şengül, S. (2016). Melayê Cizîrî ve Diwan okuma geleneği. *Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Folklor/Edebiyat Dergisi, 22*(86), 186-202.

Yıldırım A. ve Şimşek H. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemlerinde temel dönüşümler.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, İ. (2022). Cizre merkezinde bulunan kadim ailelerin kökenleri üzerine bir araştırma. *Kongre Kitabı*, M. Talas (Ed.), *7.Uluslararası Erciyes Bilimsel Araştırmalar Kongresi*, (09-10 Mart 2022), Kayseri (ss. 448-460).

Yıldız, M. Z., Haykır, M. ve Erdem, E. (2010). Cizre'nin kentsel gelişim süreci. *Uluslararası Şırnak ve Çevresi Sempozyumu* (14-16 Mayıs 2010), Şırnak Üniversitesi Yayınları, Şırnak (ss. 223-240).

Zeren, A. (2019). *Kimlik oluşumu; Cizre'de Bajariler (1960-1990).* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam
dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 123-139
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.2

Araştırma Makalesi ◆ Research Article

Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Melez Mutfaklar: Sakarya'da Göçmenlik Deneyimleri (Çerkez Mutfağı Örneği)*

Studying Hybrid Cuisines as Food Sociology: Circassian Cuisine of Sakarya's Immigrants

Adem SAĞIR†* **Şehlanur EREK ÜLGEN‡***

0000-0003-0763-0518 0000-0001-7683-8844

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 15. 06. 2022
Düzeltme Talebi: 02. 07. 2022
Son Düzeltme: 10. 07. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Yemek Sosyolojisi
Kültür
Göç
Mutfak
Çerkez

ÖZ

Yemek, tarih boyunca topluluklar için kültürel bir karşılaşma sahnesi olmuştur. Yemek ve kültür arasındaki ilişki melezlikleri, ayrılmaları ve ortaklıkları yansıtmaktadır. Göçmenlik deneyimi ve mutfak ilişkisi kültürle güçlü bağlar kurmaktadır. Yemek ayrıca sembolik göstergelerden oluşmakta ve bu haliyle göçmenin kültürünü vitrine koyduğu bir alana dönüşmektedir. Yemek göçmeni anavatanıyla kültürel bir bağla tutmakta ve göçmen için bir toplanma merkezi olmaktadır. Yemek etrafında toplanan göçmenler, yeni bir dayanışma ve kimlik ağı kurmaktadır. Bu çalışma bir yemek sosyolojisi denemesi örneğidir. Çalışmada göç ve kimlik ilişkisi yemek ve mutfak pratikleri üzerinden kurulmuştur. Tartışmanın odağında ise özgün bir göçmen mutfağı olan Çerkez mutfağı yer almıştır. Çerkez mutfağı, yerel halk ve göçmen topluluklarla etkileşimleri, karşılıklı kültür aktarımını ve küresel değişimleri de içeren bir mutfaktır. Çalışmanın evrenini Sakarya ilinde yaşayan Çerkezler oluşturmaktadır. Sakarya, birçok farklı etnik ve yerel göçmen topluluklarca tercih edilen bir bölgedir. Dolayısıyla farklı mutfakların kesişme noktası olması bakımından Sakarya özellikle tercih edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden amaçlı örneklem ve kartopu örneklemi kullanılmıştır. Sakarya'da Çerkezlerin yoğun yaşadığı Emirler, Alancuma ve Maksudiye köylerinde yaşayan 10 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılmış ve çalışma verileri betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Çalışmanın en temel bulgularından birisi kültürel karşılaşmalar yeni mutfak deneyimleri ortaya çıkarmaktadır. İkinci altı çizilmesi gereken bulgusu dernek vb. örgütlü yapıların göçmen mutfak kültürünün yaşatılmasında başat rol üstlenmesidir. Çalışmanın son vurgusuysa göçmenlerin, mutfak kültürlerini geleneksel törenlerle ve kutlamalarla yaşatmaya çalışmalarına olmuştur.

ARTICLE INFO

Submitted: 15. 06. 2022
Revision Requested: 02. 07. 2022
Final Revision Received: 10. 07. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Regional Studies
Cultur
Migration
Cuisine
Circassian

ABSTRACT

Food is the scene of cultural encounters. Food is an area where the local and the global collide. The relationship between food and culture reflects hybridity, separations, and commonalities. The relationship between immigration experience and cuisine establishes strong ties with culture. Because food consists of signs and becomes a place where the immigrant puts the culture in the showcase. Food keeps immigrants culturally connected to their homeland and is a cultural gathering place for the immigrant. Immigrants gathered around the food establish a new social network of solidarity and identity. This study is an example of the sociology of food. The study discussed the relationship between migration and culture through food and cuisine practices. Circassian cuisine, a unique immigrant cuisine, was at the center of the discussion. The universe of the study is the Circassians living in Sakarya. The study especially preferred Sakarya as it is the intersection point of different cuisines. Researchers conducted in-depth interviews with 10 Circassians in Emirler, Alancuma, and Maksudiye villages. We interpreted the study data with the descriptive analysis method. One of the study's main findings is that cultural encounters create new cuisine experiences. The second point to be underlined is the association, etc., organized structures play a leading role in keeping immigrant cuisine culture alive. The last emphasis of the study is that immigrants try to keep their cuisine culture alive with traditional ceremonies and celebrations.

*Bu makale, 2. yazarın 2022 yılında Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde tamamladığı "Sakarya'da Göçmen Mutfağının Kültürel Kodları: Çerkez Mutfağı" başlıklı yüksek lisans tezinin bir bölümünün genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

*1**Yazar İletişim/ Corresponding Author**: Adem Sağır (Prof. Dr.), Karabük Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Karabük, Türkiye
ademsagir@karabuk.edu.tr
*2 Şehlanur Erek Ülgen (Bilim Uzmanı), Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bölge Çalışmaları Ana Bilim Dalı, Karabük, Türkiye
sehlanurerek@hotmail.com,

Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Sağır, A. ve Erek Ülgen, Ş. (2022). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak melez mutfaklar: Sakarya'da göçmenlik deneyimleri (Çerkez mutfağı örneği). *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, *3*(2), 123-139. doi:10.52108/2757-5942.3.2.2

1 Giriş

Dünyadaki yemek eğilimlerini ve alışkanlıklarını izleyen *Taste Atlas*, 2022 Haziran ayı başında yayınladığı dünyanın en iyi mutfakları listesinde Türkiye'yi 17. sırada göstermiştir. İlk sırasında İtalya'nın ikinci sırasında Yunanistan'ın yer aldığı liste, Türkiye'de ve dünyada büyük tartışma yaratmıştır. Dünyada ve Türkiye'de şeflerin de içinde yer aldığı birçok isim, listedeki sıralamalarla ilgili tartışmalara katılarak, Amerika'nın listede 13. sırada olması ve nasıl bir yemek kültürüne sahip olduğuna ilişkin görüş beyanında bulundular. Bilindiği üzere Amerika fast – food'un doğduğu ve dünyaya yayıldığı coğrafya olarak karşımıza çıkmaktadır. Fastfood, yerel toplulukların yemek kültürlerini tektipleştirmekte ve standartlaştırmaktadır. Bir diğer özelliği ise insanları sadece tüketime odaklaması ve günlük yeme rutinleri hızlandırarak geleneksel yeme-içme davranışlarını ortadan kaldırmasıdır. Böylece fast - food yemek kültürünün dışında bir yaşam biçimi olarak da belirmekte (Sağır, 2020) ve McDonaldlaşma olarak adlandırılan yeni bir kültürün besleyici kaynağı olmaktadır (Ritzer, 2011, 2019; Schlosser, 2012). Bu haliyle fast - food yöresel ve geleneksel mutfakları kendisine benzetmekte (McBride, 2005) ve Benn'in (2009) ifade ettiği üzere "pizza ve burger"in dünyayı gezintiye çıktığı bir dönemi karşımıza çıkarmaktadır.

Yemek ve kültür arasında kurulacak ilişki, toplumsal dünyanın ve tarihin bir izdüşümü niteliğindedir. Bu bağlamda mutfak, toplumun mikro aynası olarak görünmektedir. Yemeğin kültürel bir olgu olması onun salt insan ihtiyaçlarını giderici bir araçsallık formunda görülmesinin de önüne geçmektedir. Böylece yemek yeme eylemine eklenecek her türlü aparat, aynı zamanda yemeğin sosyolojisini yapmak için kullanışlı durmaktadır. Abdurezzak (2014) ve Fendal (2014) yaptıkları çalışmada *bir toplumdaki yemek kültürünün toplulukların yaşam tarzlarını ve yeme-içme tutumlarını ya da alışkanlıkları yansıttığına* değinmektedir. Araştırmacılar, yemek kültüründeki değişimlerine göç, coğrafya, siyasi, iklim ve ekonomi gibi sosyo-kültürel faktörlere bağlı olarak evrim geçirdiğine dikkat çekmektedir. Mutfak gereçleri, kış-yaz hazırlıkları, yemeği pişirme, saklama ve tüketme biçimleri, yemeğin örgütlediği mekânsal alanlar, kültürel pratikler, yeme-içme davranışları, kurban, geçiş ritlerindeki uygulamalar (doğum, düğün, ölüm), bahar ve geçiş festivalleri dahil birçok toplumsal süreç yemeğin sosyolojisini yapmak için kullanışlı durmaktadır (Sağır, 2012). Kültürel pratikler üzerinden gidildiğinde yemeğe atfedilen anlamlar, fiziksel doyum dışında başlı başına manevi bir haz kaynağıdır. Yemek sosyolojisi aynı zamanda bahse konu bu "hazzın" çözümleme biçimidir. Yemek sosyolojisi yemeği, fiziksel doyum aracı olmaktan çıkartarak insan ruhunu doyuran ve toplumsal uyumu kolaylaştıran bir olguya dönüştürmektedir. Geçmişten bugüne bakıldığında Türkiye'de mutfak ve yemek kültürünün oldukça zengin olduğu görülmektedir. Türkiye konumu itibariyle geçiş güzergahı olması ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmasından ötürü melez mutfakların ortaya çıktığı bir coğrafyadır. Yemek kültüründe toplumsal değişimler ve kültürel karşılaşmalar, yeni formlar oluşmasında etkili bir araçtır (Kodaş ve Dikici, 2012; Dikici ve Sağlam, 2021). Oluşan her türlü yeni form, kuşaklararası bağlantılarla nesilden nesile aktarılmakta ve kimlik göstergelerine dönüşmektedir. Türk ve Şahin (2014) yaptıkları araştırmada çevresel faktörlerin kültürel aktarımda ve melezliklerin ortaya çıkışında etkili olduğunu tartışmaktadır. Araştırmaya göre kültürler arası değişimler karşılıklı olarak mutfak kültürlerini etkilemektedir. Nitekim mutfak kültüründe yaşanan her türlü değişim, toplumsal yapıyı da etkilediğini söylemek mümkündür.

Yemek, bir kültürel karşılaşmalar alanıdır. Kimi zaman yerelle küreselin karşılaştığı kimi zamansa göçmen mutfaklarının çarpıştığı melezlikler alanıdır. Yemek, bir karşılaşmalar alanı şeklinde tanımlandığında kimlik aracı olarak da ortaya çıkmaktadır. Yemek ve kimlik ilişkisi aynı zamanda melezlikleri, ayrılmaları ve ortaklıkları temsil etmektedir. Göçmen ve mutfak ilişkisi kimlikle ilgili tartışılacak en güçlü bağları ortaya koymaktadır. Yemek, ayrıca göstergelerden oluşur ve göçmenin kültürünü vitrine koyduğu bir alandır. Dışarıdan bakıldığında göçmenin nereye ait olduğunu gösterecek ve kimliğini tanımlayacak özelliğe sahiptir. Böylece kimliğin dışsal göstergelerle tanımlanır olmasında yemekle ilişkili unsurlar işlevselleşmektedir. Yemek, göçmenleri anavatanlarına fiziksel bağlılıktan öte soyut bir bağla bağlamakta ve yemeğin kültürel pratikleri de göçmenler için bir toplanma merkezine dönüşmektedir. Yemek etrafında toplaşan bireyler, yeni bir dayanışma ve kimlik ağı kurmaktadır. Yıldız'a (2020: 340) göre göç ile anavatandan uzaklaşmış insanlar, alıştıkları yiyeceklerden ve kendi tariflerinden vazgeçememiştir. Ayrıca yemek kültürü kimliği koruyan temel unsurlardan birisi olduğu için iyi korunan öğeler arasındaki yer almaktadır.

Bu çalışma yemeğin kimlik ve kültür çerçevesinde sosyolojisini yapmayı amaçlamıştır. Çalışma kendisine melez bir mutfak seçmiş ve bu mutfağın toplumsal görünümlerini tartışmıştır. Mutfak araç

ve gereçleri, yemek çeşitleri, görgü ve adap kuralları gibi temel unsurlar da araştırmanın hedefine dahil edilmiştir. Yemek, insanları bir araya getiren güçlü bir ağdır. Soyut haz aracı olarak yemeğin toplumsal görünümlerini tartışmak, onun fiziksel olarak karın doyurmaktan öte toplumsal bir aktör olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma, Sakarya şehrinde yaşayan Çerkez mutfağına odaklanmıştır Sakarya bölgesi; ticaretin geliştiği, tarıma elverişli toprakları olan, birçok kültürden insanı içinde barındıran, göç ile çekim gücüne sahip bir şehirdir. Çerkezlerin kendilerine ait gelenek ve görenekleri, yeme-içme alışkanlıkları ve mutfak kültürü diğer göçmen gruplardan farklılık göstermektedir. Çalışmada Çerkez mutfak kültürünün genel özellikleri, diğer göçmen grupları ile olan etkileşim hali ve geçmiş ile bugün arasındaki değişen kültürel kodlar ortaya koyulmuştur.

2 Araştırmanın Yöntemi

Çerkezler, yerleştikleri bölgeye mutfak kültürlerini getirmiştir. Zaman içinde Çerkez halkının yerel halk ve diğer göçmen gruplarıyla girdiği etkileşim, kültür aktarımını ortaya çıkarmıştır. Araştırma, Sakarya ilinde bulunan Çerkez halkıyla, nitel araştırma yöntemi ve mülakat tekniği uygulanarak gerçekleşmiştir. MAXQDA ve EXEL programları ile elde edilen veriler tablolar haline getirilip açıklanmıştır. Araştırma konusuna bağlı olarak bu açıklamada, katılımcıların ait olduğu kültürün mutfak pratikleri, diğer göçmen gruplarla etkileşime girip girmediği sorunsalı ve yemek kültürünün yaşadığı şekilsel değişim tartışılmıştır. Elde edilen veriler göç olgusu çerçevesinde değişen mutfak kültürünü sosyolojik olarak betimlemeye odaklanmıştır. Araştırmanın evreni Sakarya da bulunun Çerkezler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini Söğütlü/Maksudiye köyü, Adapazarı/Alancuma ve Emirler köyünde de yaşamını sürdüren Çerkezlerden oluşmaktadır. Araştırmanın saha uygulamasında 10 Çerkez ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, Söğütlü/Maksudiye köyünde 6, Adapazarı ilçesi Alancuma köyünde 3 ve Emirler köyünde 1 kişi ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler pandemi şartları gereği açık havada yapılmıştır. Çalışmanın etik kurul kararı 10.12.2021 tarihinde Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu toplantısında "yapılmasında sakınca yoktur" şeklinde oybirliği ile alınmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

3 Göçmenlik Deneyimi Olarak Mutfak

Mutfak kavramının birkaç farklı şekillerde tanımlamak mümkündür. Mutfak kavramının terminolojik kökenine bakıldığında Arapçadan Türkçe 'ye aktarılan bir kelime olduğu görülür. Arapça 'da matbah kelimesi yemek pişirilen yer anlamında kullanılmaktadır. Türkçe 'ye telaffuzu mutfak şeklinde olmuştur. Farsçadan Türkçe 'ye geçmiş mutfak terimini karşılayan aşevi, aşhane gibi kelimeler az da olsa kullanılmaktadır. Mutfak ve kültür ayrılmaz birlikteliktir. Bir ulusun beslenme şeklindeki kültürüne mutfak kültürü adı verilir. Mutfak kavramının kültürel ve fiziksel olmak üzere iki boyut şeklinde ele alınmaktadır. Kültürel açıdan bakıldığında bir nevi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç ve gereçleri, yemek sanatının püf noktalarını ve yemek törenlerini gösteren bir kültürel aktarım aracıdır. Çağlar öncesinden milli, dini ve coğrafi şartlar doğrultusunda mutfak kültürünü çeşitlendirip geliştirerek bugüne kadar yöresel yemeklerini sürdürdükleri mekânlardır. Fiziksel açıdan ise, yiyecek ve içeceklerin pişirilip servise hazır hale getirildiği alandır. Mutfak hem fiziki hem de kültürel boyutuyla ele alındığında ekonomik, sosyal ve coğrafi boyutuyla örf, adet, gelenek ve kültürel alışkanlıkların bir arada toplandığı mekândır (Erdem ve Akyürek, 2018; Sarıışık, 2017; Durlu Özkaya ve Düzgün, 2015; Toprak, 2015).

Mutfak kültürü, insanların tüketimlerini devam ettirdiği, yiyip içtikleri ve yemeklerini güvende tuttuğu süreçlerin toplamıdır. Ayrıca geçmişten günümüze kadar değişen yaşam şartlarından, kullanılan mutfak araç ve gereçlerinden, tüketilen yiyecek ürünlerinden, günümüze kadar şekillenen tarihi, coğrafi, siyasi, milli ve dini olmak üzere birçok farklı sebeplerle son halini almış olan mutfak yapısını anlatan o kültüre ait özgün değerleri kapsamaktadır (Solmaz ve Dülger Altıner, 2018). Mutfak kültürünün tarihsel gelişim süreci ele alındığında, ilk insanla başladığı görülmektedir. Yapılan bilimsel incelemelerde mağara devrinde bile beslenmek için araç-gereç ve ayrı bir alan kullandıkları görülmektedir (Dereli, 1989). Tarih öncesinde insanlar çevrelerinde bulmaya çalıştığı besinlerle yaşamlarını devam ettirmişlerdir. Bitkiler, meyveler, bal ve avladıkları hayvanların etleriyle beslenmişlerdir. Ateşin keşfiyle birlikte avladıkları hayvanları pişirmişlerdir. Böylece mutfak kültürünün ilk basamaklarından pişirme yöntemi ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2001). Beslenme yöntemleriyle birlikte birtakım kurallar geliştirmişlerdir. Bu kuralların birleşimi o toplumun gelenek

ve göreneklerini, dini hayat ve yaşam tarzıyla kendine has mutfak kültürünü ortaya çıkarmıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). Kuşkusuz bütün bu tartışmalar içinde göçmenlik deneyimlerinin mutfak kültüründe nerede durduğu sorusu çalışmanın temel tartışma bağlamı için önemlidir.

Göçmenler kimliklerini sürdürebilmek için kültürlerini yaşatma zorunluluğu hissetmektedir. Kültür devamlılığı, genç nesillerin yaşadığı toplumun fonksiyonlarını kendisine entegre etmesi sonucunda gerçekleşmektedir. Kültürel aktarım, toplumun bir arada bulunduğu zamanlarda daha çok yayılım sağlamaktadır. Beslenme ihtiyacı, toplumlarda genellikle birliktelik ile gerçekleşmektedir. Beslenme böylece salt biyolojik ihtiyaç halinden çıkarak kültürel bir olgu halini almaktadır. Yemeğin kültürel aktarma da ki önemi, aile bireyleri, grup ve toplumları bir arada toplayarak etkileşimde bulunulmasını sağlamaktır. Toplumların yüzyıllardır biriktirdiği ve çeşitliliğinin devamını sağladığı yemek olgusu, salt bir karın doyurma amacından ziyade etkinliklerin, düğünlerin ve dinsel merasimlerin vazgeçilmez unsuru halindedir (Beşirli, 2011; Beşirli, 2010; Akarçay, 2016). Coğrafyalar değiştikçe yemeklere ait formların ve toplumsal kültürün değiştiği görülmektedir. Yemek kültürün de çeşitliliğin artmasında çevre faktörlerinin, dinsel ritüellerin, kültürel birikimlerin, sosyal ve etnik farklılıkların rolü vardır. Sosyal bütünleşmelerde her toplum belirli zamanlarda yemeklerde toplanmaktadır. Yemek toplumsal bütünleşmeyi ve dayanışmayı ifade etmektedir. Sosyalleşme aracı olarak da kullanılan yemek ritüeli kültürler arası bütünleşmeyi de beraberinde getirmektedir (Sağır, 2012; Şahin, 2009; Türk ve Şahin, 2004; Şahin, 2010). Bu haliyle yemeğin kültür aktarımındaki rolü de ortaya çıkmaktadır.

Kültürel bütünleşme ile göçmenlik deneyimleri arasında kurulan ilişkinin dört temel görünümü vardır. Etkileşim için gerekli olan bilgi, kültürel pratikler ve yetkinliklerin bireye aktarılması sürecini ifade eden kültürleşme bunlardan ilkidir. Diğerleri sırasıyla yerleştirme, etkileşim ve özdeşimdir. Özdeşim göçmenin son aşamada kendisinin o sistemin bir öğesi olarak görmesini ifade etmektedir (Kahraman vd., 2017: 228). Kültürel bütünleşmenin göçmenlik deneyiminde ön plana çıkmasının temel nedeni göçün, bireylere yeni bir çevreye uyum sağlamaya zorlamasıdır. Göçmenlerin uyum süreçleri, birçok toplumsal faktöre bağlı olarak uzamakta ya da kısalmaktadır. Ancak dikkat çeken noktalardan birisi eski alışkanlıklarını devam ettirmek isteyen göçmenlerin farklı biçimlerde anavatanlarıyla kurdukları bağların varlığıdır. Mutfak bu bağların izinin sürülebileceği önemli bir toplumsal alandır. Göçmen, yemekle olan ilişkisini evde, dışarda ve sıklıkla da düğün, doğum, ölüm gibi temel geçiş ritüellerinde sürdürmeye devam etmektedir. Aslında sosyolojik olarak mutfağın göçmen için koruyucu bir koza işlevi gördüğünü söylemek mümkündür. Mutfak göçmen için kendini güvende hissedeceği yerdir. Mutfağı, göçmenlerin kendi aralarında oluşturdukları görünmeyen ağların da göstergesi olarak okumak mümkündür. Mutfak göçmenleri yakınlaştırmakta, aralarında sistematik bir ilişki kurmakta ve en önemlisi de gelecek kuşaklara kültür aktarımını sağlamaktadır. Göçmenlerin beslenme alışkanlıklarını sürdürme istekleri dünyada etnik restoran sayılarındaki artışı da tetiklemektedir (Greco Morasso ve Zittoun, 2014). Böylece Deniz ve Öksüz'ün (2017) vurguladığı biçimiyle etnik restoranlar göçmenler arasında güçlü ağların kurulmasını ve bunların sürdürülmesini sağlamaktadır.

Sağır'ın (2021) Karabük örneğinde hazırlamış olduğu Hıdrellez çalışması bu konuyla ilişkili dikkat çekici bir örnektir. Sağır, hıdrellezin şehir dışında yaşayan Karabüklü göçmenler için bir toplanma alanı oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Hıdırellezde geleneksel yemek ritüelleri yerine getirilmektedir. Sürecin göçmenlik deneyimiyle ilişkili arka planını Sağır (2021: 205-206) şu şekilde özetlemektedir. Göçlerle büyükşehirlere yerleşmiş insanlar zihinlerde korunaklı alanlar inşa eder. Bu yerler, göçmenlerin güvenlik ihtiyacı için korunaklı duvarlarla inşa edilmiş bir memleket algısına karşılık gelmektedir. Bireyler, ihtiyaç hissettiklerinde üyesi oldukları topluluklarına girmekte, normal zamanlarda da memleketleriyle temaslarını sürdürmekte ve kendilerini bu ilişkisellikte tanımlamaktadır. Sağır burasının göçmenler için koruyucu bir koza olduğuna değinmektedir. Kozanın etrafını güvenlikli hâle getiren korunaklı duvarlar kültürel pratiklerdir. Kültürün bireye kimlik ve aidiyet sağlama işlevi, böylece bireyi rahatlatıcı ve yeniden var edici bir biçimde kullanılmaktadır. Göçmenler, önemli gün ve bayramlarda ya da tatillerde memleketlerine gelerek o aidiyetliğin verdiği güvenlik hissini yaşamakta, bu tutumları da kuşaktan kuşağa aktarmayı amaçlamaktadır. Böylece yaşadıkları kentlerde kendilerini tanımladıkları çifte kimliklerle belleklerini sürdürmeye çalışmaktadır. Göçler, mekânı dağıtan parçalayan süreçleri içermektedir. Dolayısıyla göçün olduğu yerde mekân iki yönde kurulmaktadır. İlki gidilen kentte yeni bir kimlik oluşturma çabasını yansıtmakta ve uyum sağlama sürecini kalıcı hale getirmektedir. Bireylerin

memleketleriyle bağlarını koparmaması, mekânın inşasında kullanılan ikinci yöntemi karşımıza çıkarmaktadır. Memleketle gurbet ve özlem sarmalında kurulan ilişki, bir süre sonra bireyin yerel kültürün koruyucu kozasına sığınmayla sonuçlanır. Bireyler artık kendilerini tekrar tanımlama ve anlamlandırma çabası içindedir. Özellikle şehir dışından gelen göçmenlerin, köylerinde ve mahallerinde yapılan etkinliklere katılımları onların kimliklerini tazeleyici birer çerçeveleyici role bürünmektedir. Bireylerin hazırda olan topluluğa katılmaları yeterlidir. Sağır, bu çerçeveden hareketle göçmenlerin Hıdırellez'i araçsallaştırdıklarına değinmektedir.

Göçmenlik deneyimleriyle yemek pratiklerini ilişkilendiren bir başka çalışma (Kahraman vd., 2017), göçmenlerin geldikleri yerlerde kimi zaman mutfak alışkanlıklarını koruyarak devam ettiklerini, kimi zaman da yerel pratiklere ayak uydurmaya çalıştıklarını ortaya koymaktadır. Bu etkileşimde özellikle ara uyarlamalar da dikkat çekilmesi gereken bir noktadır. Göçmenler, korumak istedikleri geleneksel mutfak alışkanlıklarını yeni yerdeki pratiklerle etkileşime sokarak melez formlar üretmektedir. Kahraman ve arkadaşları' nın(2017) dikkat çektiği bir diğer noktaysa göçmenlerin göç öncesinde yapılan yemeklerde malzeme seçimlerinde kısmen değişikliğe gittikleridir. Yemeğin kültürel pratikleri devam etmekte ancak içerikte değişiklik gerçekleşmektedir. Çafa ve Madenci (2021) yaptıkları araştırmada Türkiye'de göçmen mutfağının ayrı bir mutfak yapısı olarak ortaya çıktığına değinmektedir. Göçmenler, yeni coğrafyaya ayak uydurarak tarif güncellemesi yaptığına değinen yazarlar, bunu yaparken öz değerlerini kaybetmediklerini ifade etmiştir. Aynı çalışmada yemek pratiklerinin göçmenler için birleştirici ve örgütleyici bir unsur olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu bulgu Ichijo ve Ranta' nın (2018) yapmış oldukları çalışmada yemek kültürünün "grup kimliğini pekiştirmenin sürdürmenin ve ona karşı çıkmanın bir yolu olarak" sunulmasıyla benzer anlamı taşımaktadır. Konya ilinde Suriyeliler mutfağını inceleyen Avşar ve Seçim'in (2020) çalışmasında göçmenlik deneyiminin mutfak pratiklerini nasıl zenginleştirdiğine dikkat çekilmiştir. Göçmenlerin Türkiye'nin birçok bölgesinde yerleşik hayata geçtiklerine değinen yazarlar, restoran, döner işletmesi, manav, fırın gibi yiyecek içecek sektöründe işletmeler açarak hizmet sektörüne dahil olduklarını aktarırken hem kendi kültürlerini tanıttıklarını hem de Türk mutfak kültürünü yeni pratiklerle karşılaştırdıklarını ifade etmiştir. Suriyelilerin mutfak deneyimleri, göçle mutfak arasındaki ilişkinin farklı boyutunu gündeme taşımaktadır. Vuddamalay (2018), göçmenlerin bu tarz deneyimlerinin o mahallede göçmen yerleşim bölgesinin kurulmasını kolaylaştırdığını söylemektedir. Karyelioğlu'nun (2021) Suriyeliler üzerinden yaptığı çalışmada ise yemeğin nasıl grup dayanışması kaynağına dönüştüğünü betimlemektedir. Böylece yemek ve gıda göçmenler için hem bir kültürel ifade biçimi hem de yaşamsal ihtiyaçların karşılanması noktasında işlevselleşmektedir. Şahin ve Elbeyli (2022: 86) de yaptıkları çalışmada Kilis'teki Suriyelilerin diğer birçok göçmen topluluk gibi kültürel kimliklerini yemek ve mutfak yoluyla yeniden inşa ettiklerine değinmiştir.

Pertile ve Gastal'ın (2013) bölgesel turizm ve gastronomi ilişkisini Brezilya örneğinden ele alan çalışma dünyadaki göçmen mutfağı trendinin farklı bir boyutunu karşımıza çıkartır. Araştırmacılar, göçmenlerin mutfağının yerel halk tarafından başlangıçta lezzet ve besin açısından zayıf olarak değerlendirilse de sonrasında turistik metaya dönüştüğünü vurgulamıştır. Kuşkusuz burada göçmen mutfağındaki yemeklerin, ritüellerden bağımsızlaşarak kamusallaştığı tespitini yapmak gerekir. Böylece yemek içeriği ve özellikleriyle sürdürülmekte ancak yemeğin kültürel alandaki konumu işlevini kaybetmektedir. Bu durumu daha önce çalışmada ifade edildiği üzere küreselleşmenin yerel kültürler üzerine baskı olarak okumak mümkündür. Kendall Park (2017) ise etnik mutfak üzerine Amerika'da yaptığı çalışmada etnik mutfakların Amerikan mutfağına entegre olduğuna değinmektedir. Dolayısıyla göçmen yemeği olmaktan çıkan bir etnik yemek kültürü söz konusudur. Ayrıca yazarın dikkat çektiği bir başka nokta göçmen mutfağını deneyimlemenin bir mutfak turizmine dönüşmesidir. Aslında her iki bağlam daha makro boyutta *ulusal yemek kültürünü göç, iklim, küreselleşme ve ekonomi gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak geliştiğini* (Ichijo ve Ranta, 2018: 19) göstermektedir. Bunun anlamı göçmen mutfağının zamanla ulusal kimliğe eklemlenerek melezleştiğidir. Ancak milliyetçi eğilimler devreye girdiğinde göçmen mutfağının "ev gibi gizli mekanlarda" (Ichijo ve Ranta, 2018: 21) anavatanlarına ait yemek ritüellerini sürdürdüğünü söylemek mümkündür.

3.1 Sakarya'da Melez Karşılaşmalar: Çerkez Mutfağı

Çerkez mutfak kültürü Kafkasya bölgesindeki birçok mutfak kültürünün bir araya gelmesiyle oluşan geleneksel mutfak türüdür. Genellikle Türk ve Kafkas mutfağında sıklıkla yapılan yemekleri, kendi dillerine çevirerek mutfaklarına dâhil etmişlerdir. Çerkeşlerle deki Sipsi, Abhaslarda Acıka, Karaçaylarda Hıcın, Azerilerde Kavurma gibi isimlerle kullanılmaktadır. Çerkez mutfağı, Kafkasya bölgesinin sert ve soğuk, dağlık ve yüksek iklim koşullarına göre şekillenmiştir. Yerleşim yerine göre daha çok un ve hayvansal gıdaların yer aldığı bir mutfaktır. Haşlama, kurutma ve kızartma teknikleriyle hazırlanmış et ürünleri tercih edilmektedir. Uzun vadeli tüketim açısından bu teknikler kullanılmaktadır. Çerkezler de yemek çeşitliliğinin fazla olduğu söylenmektedir. Kafkasya bölgesinde bir ziyafette 125 çeşit yemeğin servis edildiği söylenmektedir. Genel olarak binden fazla yemek çeşidinin olduğu söylenmektedir. Ekmek ve sebzenin çok fazla tüketilmediği mutfakta, etli ve tahıl ürünlerinden oluşan yemekler daha çok tercih edilmektedir. Yemeklerde en çok dikkat edilen unsur gıda değeri ve lezzetli olmasıdır (Aslan vd., 2009; Yılmaz, 2017; Yıldız, 2020).

Çerkez mutfağını Yılmaz (2017), üç ayrı bölümde ele incelemek gerektiğini söylemektedir. Birincisi; Kafkasya'da bolluk içinde ve özgürce yaşadıkları zamanın mutfağıdır. Kurutulmuş, haşlanmış ve ocak fırınlarında pişirilmiş et ürünlerini tercih edilmektedir. İkincisi; anavatanlarından ilk sürüldükleri dönemi ele almaktadır. Alışkın oldukları bolluk ve bereketli yaşam tarzından sonra tanımadıkları coğrafyalarda yaşamlarını sürdürmek için yokluk ve kıtlık ile savaştıkları dönemdeki mutfaklarıdır. Her bölgenin iklim şartları farklılık gösterdiği gibi, yemekleri de çeşitlilik göstermektedir. Anadolu'nun Karadeniz sahili, Balkanlar ve Orta Doğu'ya göç etmiş olan halkın kıt olan mutfak dönemidir. Bu dönemde yaşanılan sıkıntılar içerisinde, Çerkez kadınının yaratıcı ve buluşçu yeteneği ile zor şartlara rağmen yemek çeşitliliği devam etmiş ve harika yemekler yaptığı o dönemi anlatan eserlerde ortaya çıkmıştır. Üçüncüsü ise; Sürgünün üzerinden neredeyse 150 yıl geçmiş olan, günümüz Çerkez mutfağıdır. Sürgünden sonra yaşanan imkânsızlıklar ortadan kalkmış, yaşadıkları bölgeye uyum sağlamışlardır. Kafkasya'dan özgün yemek ve kültürleri ile yerleştikleri bölgenin şartlarına uygun yemekler yaparak, günümüz Çerkez mutfağının son hali ortaya çıkmıştır (Yılmaz, 2017). Seyahatname yazarları ve tarihçiler, Çerkezler ve Çerkez mutfağıyla ilgili bazı aktarımlar da bulunmuşlardır. Kafkasya'da köylü Çerkezler için,evleri sazdır, havası yazdır, halkı beyazdır, tamamı Çerkez ve Müslümandır. Garip bir dost, insanlardır şeklinde tanımlamıştır. Pek çok yazar Kafkasya'yı ziyaret etmiştir. İzlenimlerini ve gördüklerini İngilizce, Fransızca, Rusça, Arapça, Almanca ve diğer dillerde yazmışlardır. Türk yazarlar arasından Evliya Çelebi Seyahatnamesinde Çerkez yemekleri ile ilgili şöyle yazmıştır:

> "Ekseriya darı unundan yapılmış B'asta yerler. Darı ununu katıca pişirip top top edip sezbale batırıp yerler. Sezbal, Cevizi havanda dövüp hardal ve tuz karıştırılır. Cevizin yağını çıkarıp kırmızı frenk biberiyle ceviz yağığla peynir yağını sezbal içine koyarlar. P'astayı sezbala batırıp yerler. Semiz koyun ve kuzuları başı, koynuzları, tırnakları, böbrek ve ciğerleri yedi kat sularda yıkayıp temizlerler. Koyunu büsbütün tandırda da pişirirler. Öyle pişirirler ki sanki ilik olur. Sonra ziyafet sofrasına getirirler. Dağlarda avladıkları karaca, sığır ve tablalı avlarını, dahi böyle pişirirler. Dağlarında keklik, turna, karatavuk, kaz ve ördekleri avlar ve kebap edip yerler. Kazanları onar manda sığacak kadar büyüktür. Kımız, ayran, keskin bozalar, maksıma bozaları, bol şerbetleri, bol suları içerler. Suyu ise az içerler. Misafirhaneleri evlerinden ayrıdır. Misafiri muhafaza ederler" (Yılmaz, 2017).

Yunan tarihçi (M.Ö 100) Strapon yazılarında ülkenin insanlarını anlatırken, yakışıklı ve iri yapılı olduklarını belirtmiştir. Bitkilerin ve hayvanların olması gerektiğinden büyük göründüğünü ifade ederken, yemeklerin de genellikle hayvansal gıdalardan oluştuğunu görmek mümkündür. Sularını temiz pınarlardan tüketirler. İçecek olarak bahsıma tüketilmekte, üzüm ve mısır şarapları tercih edilmemektedir. Buğday ve arpa ürünlerini mutfaklarında bolca kullandıklarını gözlemlemiştir. İngiliz gezgin Jamies S. Bell 1837- 1838 yılları arasında Kafkasya'ya yolculuk etmiş ve iki farklı eve misafir olarak gittiğini belirtmiştir. İlk gittiği ailede 45 çeşit, ikinci gittiği ailede ise 47 çeşit yemek ikramında bulunmuşlardır. Cenevizli gezgin Giorgio İnteriano 1502'de Çerkezlerin Örf Adetleri ve Tarihleri kitabında yemek çeşitlerinin çok olduğunu özellikle darı unundan yapılmış baksımayı ve ekmek yerine haşlanmış darıdan yapılan bastayı çok tükettiğini söyler. Bastanın dilimlenip sofraya konulduğunu ve tam sekiz gün boyunca sofra da durduğunu belirtmiştir (Yolkolu Öksüz, 2018; Berkok ve Toygar, 1994).

4 Araştırmanın Bulguları

Araştırma verileri kartopu örneklemi kullanılarak elde edilmiştir. Katılımcı gözlem metodu kullanılarak 10 kişi ile yüz yüze görüşmeler sağlanmıştır. MAXQDA programı kullanılarak elde edilen kodlar, tablo haline getirilmiştir. Görüşmelerin pandemi nedeni ile açık alanlarda yapılması tercih edilmiştir. Görüşmeler ev bahçeleri, kahvehane açık alanları ve kafe bahçelerinde gerçekleşmiştir. Görüşmeler telefon aracılığı ile kayıt altına alınırken, yazılı olarak da kayıt tutulmuştur. Görüşmeler sürecine görüşmeciler evlerinde veya kafelerde yemek ikramları yapmışlardır. Örneğin çerkez yemeklerinden olan; Çerkez salçası, Çerkez peyniri ve Çerkez turşusu ikramlar arasında olmuştur. Ayrıca Sakarya Kafkas Kültür Derneği ve Sakarya Üniversitesi Kafkas Dansları 'nın, Haluj Gecesi ve Kafkas Kültür Derneği'nin Abısta Akşamları adı altında düzenlenen gecelere katılım sağlanıp yemeklerden tadımlar yapılmıştır. Katılımcılara yöneltilen 11 soruya alınan cevaplar Tablo 2'de aktarılmıştır.

Tablo 2. Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Sayı	Medeni Durum	Sayı	Yaş Aralığı	Sayı	Yerleşim Yeri	Sayı
Kadın	6	Evli	6	24-56	4	Maksudiye	6
Erkek	4	Bekar	4	57-67	3	Alancuma	3
Toplam	10	Toplam	10	68-98	3	Emirler	1
				Toplam	10	Toplam	10

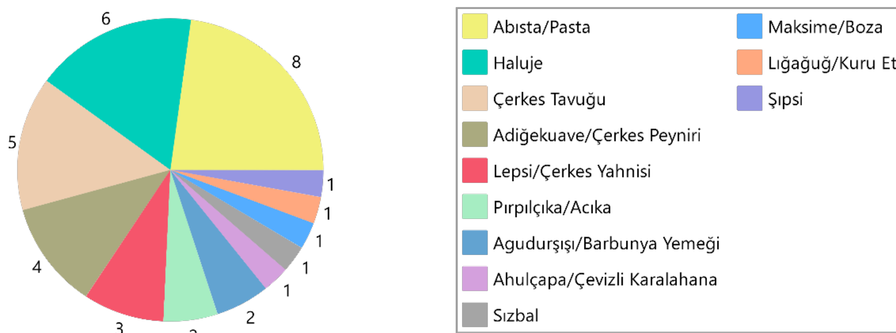
Araştırmada demografik nitelikler yer almaktadır. Tabloya bakıldığında katılımcıların 6'sı kadın, 4'ü erkek olmak üzere 10 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Kadın katılımcı sayısının fazla oluşu, kadınların mutfak pratikleriyle doğrudan ilgili olmalarıdır.

4.1 Çerkez Mutfağının Temel Unsurları

Çerkez mutfağının temel unsurları ana başlığı altında Çerkez mutfağında yapılan yemekler, Çerkez mutfağının gündelik durumu ve Çerkez mutfağında araç- gereç kullanımı temaları incelenmiştir. Elde edilen verilen gruplandırılarak tablolara dönüştürülmüştür.

Çalışmada ilk olarak Çerkez mutfak kültüründe bulunan temel yiyecek malzemeleri ve Çerkez yemekleri hariç diğer kültürlerden aktarılan yemeklerin yapılma durumları incelenmiştir. Bu bağlamda katılımcılara, "Çerkez mutfağının yemekleri nelerdir ve bunlardan hariç yemekler yapılmakta mıdır? (Kabak tatlısı, keşkek, muhlama, karalahana yemeği/dolması, fast-food yemek çeşitleri) gibi ürünler yapılıyor mu?" temel sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların cevapları doğrultusunda oluşturulan Tablo 3'te Çerkez kültüründe genel olarak yapılan yemeklerin grafiği yer almaktadır.

Tablo 3. Çerkez Mutfağında En Çok Yapılan Yemekler



*Bu tabloda araştırmacılar birden fazla cevap vermiştir.

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soruysa "Çerkez mutfağının yemekleri nelerdir?" olmuştur. Katılımcıların yanıtlarına bakıldığında 8 kişinin Abısta/Pasta yaptıklarını söylemeleri dikkat çekmiştir. Çerkez Pastası, Çerkez mutfaklarında toplanma, özel gün ve davet yemeklerinde sıklıkla yapılan geleneksel yemeklerin başında yer almaktadır. Çerkez Pastası eskiden darı unundan yapılırken, günümüzde ise mısır unuyla yapılmaktadır. Çerkez pastasının kadınlar arası oturma günlerinde sıklıkla yapıldığı tespit edilmiştir (K10). Çerkez yemekleri genellikle hayvansal ürünler

ve et ağırlıklı gıdalardan oluşmaktadır. Coğrafi koşulların getirmiş olduğu şartlar neticesinde şekillenen mutfak, günümüze kadar etkisini devam ettirmiştir (K5). Çerkez tavuğunun kalabalık aile toplantılarında, birlikteliklerde ve özel günlerde yapıldığını söyleyen katılımcı (K6), onun mutfağın vazgeçilmez ürünü olduğunu aktarmıştır. Çerkez tavuğunun eskiden darı unundan yapıldığını aktaran katılımcılar, günümüzde mısır ununu kullanmaları önemli bir değişim olarak görülmüştür.

Katılımcıların dikkat ektiği bir diğer Çerkez yiyeceği peynir olmuştur. Çerkez peynirleri Çerkez evlerinin olmazsa olmazıdır. Çerkezler neredeyse her öğünde peynir tüketmektedir. Günümüzde peynir naylon bir kap içinde şekillendirilerek elde edilmektedir. Geçmişte hasır sepetlerin kullanılmasıyla yapılan peynirler kurutulmuş bir şekilde tüketilmekteydi. Katılımcılar, bu yöntemle peynirin tüketim süresinin uzadığını ve daha lezzetli olduğunu aktarmıştır. Ocak kültürünün evlerden kalkması ile kurutulmuş peynir tüketiminin de azaldığı görülmüştür (K6). Çerkez peynirinin kurutulmuş halini, özel olarak imalat eden bir yerden aldığını ifade eden katılımcı (K6), peynirin yapımında çok özen gösterildiğini ifade etmiştir. Katılımcı peynir yapımında hava şartlarına dikkat edildiğini aktarmıştır. Peynirin hayatlarının her anında yanında olduğunu, evden uzakta bile yanına aldığını ifade eden katılımcı, Çerkez peyniri ile yapılan Haluj yemeğini önceden yapılarak donduruculara atıldığını betimlemiştir. Haluja günümüz mantısı denilebilir. Haluja misafir ikramlığı olarak Çerkez mutfağında sıklıkla kullanılan yemek türüdür. Bu yönüyle Haluja misafir geldiğinde çıkartılıp haşlanıp, yoğurtlu ya da yoğurtsuz bir şekilde ikram edilmektedir.



Şekil 1. Çerkez Mutfağında En Çok Yapılan Yemeklerin Kod Bulut Gösterimi

Mutfak etkileşimlerinin izini sürmek çalışmada önemsenmiştir. Bu bağlamda çalışmada yemekle ilgili Çerkez mutfağı dışına çıkan alanlar da sorgulanmıştır. Özellikle diğer kültürlere ait yemeklerden ve günümüz yemeklerinden bazı örnekler alınarak katılımcılara sorular sorulmuştur. Buradan hareketle katılımcılara "Çerkez mutfağından hariç yemekler yapılmakta mıdır?(Kabak tatlısı, keşkek, muhlama, balık, karalahana yemeği/dolması, fast-food yemek çeşitleri) gibi ürünler yapılıyor mu?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar tablo haline getirilip, önemli görülen kısımlar kişiler bağlamında ele alınarak Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 1. Çerkez Mutfağından Hariç Yapılan/Yapılmayan Yemeklerin Dağılımı

Yapılanlar	Sayılar
Fast-food Yemekleri	8
Balık	6
Karalahana Yemeği/Sarması	4
Kabak Tatlısı	4
Muhlama	1
Keşkek	0
TOPLAM	23

Yapılmayanlar	Sayılar
Keşkek	8
Muhlama	4
Karalahana yemeği/Sarması	4
Balık	3
Kabak Tatlısı	1
Fast-food Yemekleri	0
TOPLAM	20

Çerkez mutfağından hariç yapılan yemeklere 8 katılımcının verdiği cevaplar doğrultusunda en fazla tüketilen ürünün fast-food olduğu görülmektedir. Balık tüketimi ise 6 kişi ile ikinci sırada yer almaktadır. Kabak tatlısı ve karalahana yemeği 4'er kişinin verdiği cevaplar ile yapılan yemekler arasında aynı oranı paylaşmaktadır. 1 katılımcının mıhlama yaptığı görülmektedir. Keşkekin katılımcılar tarafından tercih edilmediği görülmüştür.

Tablo 4'te Çerkez mutfağından hariç yapılmayan yemeklere katılımcıların vermiş olduğu cevaplar görülmektedir. Yapılmayan yemekler arasında ilk sırada 8 kişinin vermiş olduğu cevap ile keşkek yer almaktadır. Keşkek yemeğine, yapılan yemekler arasında katılımcıların son sırada cevap vermesi ile yapılmayan yemekler arasında ilk sırada cevap vermesi çalışmanın güvenirliğini artırdığı düşünülmüştür. 4 kişinin verdiği cevap ile muhlama yapılmayanlar arasında ikinci sırayı alırken, yapılanlarda sondan ikinci sırayı aldığı görülmektedir. Karalahana yemeğine tüketimine 4 kişi, balık tüketimine 2 kişi ve kabak tatlısına 1 kişi yapılmayan yemekler arasında olduğu cevaplarını vermiştir. Fast-food ürünleri katılımcıların vermiş olduğu cevaplar ile yapılan ürünlerde ilk sırada olurken, yapılmayan cevaplar arasında son sırada yerini almıştır.

Tablo 2. Kişiler Bağlamında Çerkez Mutfağından Hariç Yapılan/Yapılmayan Yemeklerin Gösterimi

	Yapan Kişiler	Yapmayan Kişiler
Fast-Food	K1,K2,K3,K4,K6,K7,K8,K10	-
Balık	K1,K2,K3,K5,K6,K10	K2,K4,K9
Kabak Tatlısı	K1,K2,K5,K7	K3
Karalahana	K1,K2,K3,K10	K5,K6,K7,K8
Muhlama	K10	K1,K2,K3,K6
Keşkek	-	K1,K2,K3,K4,K5,K7,K8,K10

Çerkez mutfağında kişilerin Tablo 5'te gösterildiği gibi Çerkez mutfağından hariç yapılan/yapılmayan yemeklerin gösterim tablosu oluşturulmuştur. Araştırmamız da keşkek yapan kişi sayısının bulunmadığı görülmüştür. Keşkek daha çok Sakarya' nın yerli halkı olan Manavların kültürüne ait olarak katılımcılar tarafından nitelendirilmiştir. Manavlara ait olan bu yemeği beğenmediğini dile getiren katılımcı (K1), keşkek yemeğinin ve Karadeniz yöresine ait olan muhlama yemeklerinin yapmadığını ifade etmiştir. Sakarya bal kabağı sebzesi ile ünlü bir şehirdir. Bal kabağı kabak tatlısı başta olmak üzere çeşitli tüketim alanlarıyla dikkat çekmektedir (K5). Kabağın sadece tatlısını değil, tuzlu olarak yemeklerinin de yapıldığı görülmektedir. Kabakla geliştirilen bu ilişki, Çerkezlerin şehirle geliştirdikleri bütünleşmeyi göstermektedir.

Deniz ürünleri söz konusu olduğunda kültürel bağlamıyla dikkat çekmesi bakımından balığa ayrıca değinmek gerekir. Balık tüketimi, kuşaklararası farklılıklar dikkate alındığında tarihsel geçmişle ilişkili sembolik göstergeye dönüşmektedir. Katılımcılar arasında bu durumla ilişkili aktarımların karşımıza çıktığı görülmektedir. Sürgün zamanında hastalanan, kazaya karışan ve denizlere atılan atalarının balıklar tarafından yenildiğini düşünen Çerkezler, korudukları bu tarihsel bellekle balık tüketimine temkinli yaklaşmaktadır. Bu algının devam ettiğini (K2)

> "Hamsi pek yenmez. Aramayız. Sürgünde hastalananları denize atmışlar. Bizim insanımızı balıklar yedi. Bizde balıkları yiyemeyiz şeklinde algı var. Eskiler hiç balık yemeden ölmüşler" ya da "ben balık yemem. Hiçbir şekilde yemiyorum. Yıllarca tiksindim kokusundan. Dedemin özel radyolarda Kafkasya'dan haber var deyip dinlediğimiz şeylerden herhalde" (K4)

şeklindeki aktarım güçlendirmektedir. Bugünse bu tutumlarda değişimlerin yaşandığı tespit edilmiştir. Katılımcılardan birisi "Çerkezlerin geçmişte yaşadığı sürgün ile bağlarını bilmeyen kişiler için balığın artık yenilmesinin sorun teşkil etmediği" (K6) aktardığı görülmüştür.

Gelişen, değişen ve teknolojik bir çağ haline gelen dünya da Çerkez mutfak kültürü, bazı değişikliklere uğramıştır. Çerkez mutfağının geçmişe oranla mutfaklarda kullanım durumları çalışmamızda ele aldığımız temalardan biridir. Katılımcılara, *Çerkez mutfağının gündelik hayatta kullanım durumu nasıldır?* Sorusu sorulmuştur. Cevapların içerisinde önemli görülen kısımlar Tablo 6'da özetlenmiştir.

Tablo 3. Çerkez Mutfağının Gündelik Kullanım Durumu

	Sayılar	Kişiler
Sadece özel günlerde kullanılıyor	6	K1,K2,K3,K5,K7,K10
Genellikle kullanılıyor	4	K4,K6,K8,K9
TOPLAM	10	10

Çerkez mutfağının gündelik hayattaki kullanım durumuna bakıldığında, katılımcılardan 6'sı sadece özel günlerde 4 kişiyse genellikle kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda Çerkez yemeklerinin günümüzde sadece özel günlerde ve misafir geldiğinde yapıldığını söylemek mümkündür. Çerkez yemeklerinin genellikle yapıldığını ifade eden katılımcılardan biri (K4) , Çerkez yemeklerinin özlem duyulan yöresel yemekler olduğunu, genellikle diğer günlük yemeklerin yanında Çerkez yemeklerinin de yapıldığına dikkat çekmiştir.

4.2 Çerkez Mutfağında Araç- Gereç Kullanımı



Şekil 2. Çerkez Mutfağında Araç-Gereç Kullanımının Bulut Gösterimi

Katılımcılara, "Çerkez mutfağında geçmişte kullanılıp günümüzde kullanıma devam eden/etmeyen araç gereçler var mıdır? Varsa nelerdir?" şeklinde soru sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri cevaplar dâhilinde tablo-7 oluşturulmuştur. Özel görülen tablonun alt kısmında açıklanmıştır. Öte yandan görüşmeciler (buraya kimler olduğunu parantez içinde yazalım) eski mutfaklarda kullanılan birçok araç-gereç günümüzde artık kullanılmadığını ifade etmişlerdir. Değişen dünya düzeni ve gelişen teknolojik gelişmelerle birlikte Çerkez mutfağının araç gereçler bağlamında değişime uğradığını söylemek mümkündür. Bu değişimle birlikte eski usul aletlerin yerini, pratik teknolojik aletler almıştır. Çerkezler de geçmişte olan günümüzde kullanıma devam eden/etmeyen mutfak araç-gereçlerinin neler olduğu mutfağın kültürel değişim süreci hakkında çalışmamıza ışık kaynağıdır.

Tablo 7. Çerkez Mutfağında Geçmişte/Günümüzde Kullanılan Araç-Gereçlerin Durumu

Geçmişte Kullanılan	Kişiler	Günümüzde Kullanılan	Kişiler
Çüven	Hepsi	**Tencere**	K1,K7,K9
Belağ	Hepsi	**Belağ/Tahta Kaşık**	Hepsi
Hasır Peynir Sepeti	K6, K7, K8,K9	**Naylon Peynir Sepeti**	K6,K7,K8, K9,K10
Ocak	K6	**Soba/Aygaz**	K6
Agudırışşıga	K9,K10		K9,K10
Havan	K5	**Elektrikli Mikser**	K5
Ahaka	K4		K4
Apıhnıga	K10,K4	**Elektrikli Mikser**	K4

Çerkez mutfağında geçmişte/günümüzde kullanılan araç-gereçler nelerdir sorusu sorulduğunda, katılımcıların geçmişte kullanılan mutfak araç-gereçlerine verdikleri cevaplar arasında Çüven ve Belağ aracının olduğu görülmüştür. Katılımcıların hepsi Çüven ve Belağ'ın geçmişte en çok kullanılan araç-gereçler birisi olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılardan, K1, K7, K9 günümüzde artık tencere kullandıklarını, Çüven kullanmadıklarını ifade etmiştir. Çalışma süresince çüvenlerin mutfak dışında bahçe süsleme olarak kullanıldığı ve birer hatıraya dönüştüğü tespit edilmiştir. Çerkezlerin sıklıkla yaptığı Çerkez pastasını yapmak için kullanılan Çüvene ek olarak Belağ isminde tahta kaşık formu da vardır. Belağ kullanımı, geçmişte ve günümüzde, aynı formunu koruduğu görülmekte ve Çerkezler tarafından mutfakta kullanılmaktadır. Birbirini tamamlar araçlar olduğundan Belağ da çüven gibi nostaljik birer aksesuara dönüştüğü de gözlenmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar takip edildiğinde çüven ve belağdan sonra "hasır peynir sepeti" kullanımın en fazla kullanılan mutfak araçları içerisinde yer aldığı görülmektedir. K6, K7, K8, K9 ve K10 geçmişte hasır örme peynir sepeti kullandıklarını, geçen zaman içerisinde naylon araç gereçlerin yaygınlaşması ile naylon sepet kullanımına geçtiklerini ifade etmişlerdir. Hasır peynir sepetinin neye benzediği başta olmak üzere, mutfakta kullanılan diğer araçlarla ilgili katılımcıların aktardığı ifadeleri şu şekilde sıralamak mümkündür.

> "Örme sepettir. Ağaçtan oluyor peyniri yapıp içine koyuyoruz şekilli oluyor" (K7).
>
> "Hasır peynir sepetleri vardı. Şimdi naylonlar çıktı onları kullanıyoruz" (K9).
>
> "Ateş yakma sistemi olan ocağın ortadan kalkmasıyla kültürümüzün büyük bir kaybı var. Aygazlar devam etmektedir" (K6).
>
> "Beyaz fasulye yemezdik. Barbunya yerdik. Agudurşışıga ile ezerdik. Mikser ile yapılandan çok daha lezzetli olurdu" (K9).

Bu yanıtlar dışında diğer araçlara bakıldığında katılımcıların aktarımlarını şu şekilde özetlemek mümkündür. Geçmişte havan kullanımına K4, ahaka kullanımına K5 cevap vermiştir. Geçmişte apıhnıga kullanımına ise, K10 ve K4 cevap verirken, K10'un kullanıma devam ettiği görülmüştür. Agudurşışıga, Havan, Ahaka ve Apıhnıga araç gereçleri geçmişte ezme ve öğütme için kullanılmaktadır. Günümüz dünyasında bunların yerini elektrikli mikser yerini almıştır. Hayatı ve mutfağı kolaylaştığı için daha çok tercih edilmektedir. Apıhnıga kullanımına katılımcılardan sadece K10 devam etmektedir.

4.3 Kültür, Kimlik ve Çerkez Mutfağı Pratikleri

Çerkez kültüründe özel günlerde uygulanan adet ve gelenekleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Katılımcılara "Çerkez kültürüne ait özel gün ve yemeklerinizde (cenaze, düğün, nişan vs. gibi) geçmişte yaptığınız günümüzde devam eden/etmeyen adet ve gelenekleriniz nelerdir?" sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan alınan cevaplar geçmiş ile günümüze ışık tutmak amacıyla önemli görülen kısımları Tablo 8'de özetlenmiştir.

Tablo 8. Cenazelerde Devam Eden/Etmeyen Örf-Adetlerde Cenaze Evine Yemek Getirme Durumları

	Sayı	Kişi
Evet, devam ediyor	7	K2, K4, K5, K6, K7, K9, K10
Hayır, devam etmiyor	3	K1, K3, K8
Toplam	10	10

Katılımcılardan 7'si, cenazelerde komşularının cenaze evine yemek getirme geleneğinin geçmişte ve günümüzde devam ettiğini belirtirken, 3 kişi artık devam etmediğini ifade etmiştir. Katılımcılardan cenaze evine yemek getirmenin artık olmadığını söyleyen 3 kişiden biri olan K1, *"cenazelerde 15 gün evde yemek pişmezdi. Komşular* getirirdi. *Şimdi firmalardan pide getirtiyorlar"* cevabını vermiştir. K8, "kayınvalidem anlatırdı. Kayınvalidem öldü bana 40 gün yemek bir şey yaptırmadılar diyordu. Şimdi 2-3 gün sonra komşular gelen misafirler için evde cay demliyor" ifadelerini kullanmıştır. Geçmişte yemek getirmenin daha fazla olduğunu ve cenaze evlerinde yemeğin pişmediğini vurgularken, şimdi bu durumun kırıldığını birkaç gün sonra evde komşuların misafir için çay demlediğini söylemiştir. Cenaze evine yemek getirmenin geçmişte ve günümüzde devam ettiği tespit edilmiştir (K6, K8). Katılımcılar cenaze sofralarının devam ettiğini belirtirken cenaze evinde yemek yapmanın Çerkezler için "ayıp" kabul edildiğini aktarmışlardır. Cenaze evinde yemek yapmanın ayıp olduğunu söyleyen K9, "cenaze evinde yemek yapılmazdı çok ayıptı. Köylünün sırtından cenaze geçerdi. Şimdi yine aynı komşular getiriyor"*;* K10 ise "cenazelerde, 7 gün komşular yemek getirir. Önceden de böyleydi şimdi de böyle" şeklinde görüşlerini ifade etmiştir. Çalışma boyunca katılımcıların söylemlerinden hareketle cenaze evinde hiçbir şekilde yemek yapılmadığı, komşuların yas süresince cenaze evine yemek getirdikleri tespit edilmiştir. Bu duruma pandemi süreci engel olsa da Çerkezlerin geleneği sürdürmeyi başardıkları görülmüştür. Günümüzdeki değişimlere paralel cenaze sonrası yemek ritüelinde de belli değişimlerin yaşandığı gözlenmiştir. Örneğin K1, hazır gıda ile cenazelere yemek dağıtımı yapan firmaların Çerkezleri de etkilediğini vurgulamıştır.

Katılımcılara düğünlerde yapılan örf ve adetlerin geçmişte ve günümüzde nasıl olduğu sorulduğunda katılımcılardan birisi (K4) *eskiden köy düğünlerinde yahni ve boza olduğunu* söylemiştir. Düğün hazırlığını sadece düğün sahibinin değil, köy halkının tamamının hazırlandığını ifade etmiştir. Şimdi salon düğünleri olduğunu sıkıştırılmış bir zaman diliminde yapıldığını aktarmıştır. Geçmişte bir köye girildiğinde düğün olduğu belli olurken, günümüzde köyde değil düğün evinde bile düğün olup olmadığının anlaşılmadığını söylemiştir. Katılımcının ifadelerinden geçmişteki coşkunun, hazırlıkların ve birlikteliklerin artık azalmış olduğunu söyleyebiliriz. Günümüzde, hazır yiyecek firmalarıyla ve salon organizasyonuyla bu durumlar değişime uğramıştır. Geçmişte düğünlerde evlerin önünde hayvan kesildiğini, günümüzde ise köy düğünü olduğu sürece yine hayvan kesimine devam edildiğini belirtmiştir (K5). Düğünlerin salonda olmasıyla yahninin düğün evinde yine de ikram edildiğini ifade etmiştir. Çok karışık, italik vermeli görüşmeci,

K6 geçmişte hayvan bakımının yaygın olmasından dolayı yemeklerde sıklıkla hayvansal gıdaların kullanıldığını aktarmıştır. Günümüzde ise artık hayvan bakımın azalması ile düğünlerde evlerin

önünde hayvan kesimin azalması orantılı bir durumdur. Geçmişte düğünlerde, düğünden önce damadın akrabaları, damadın kaldığı eve havyan gönderirken, günümüzde ise bu durum ortadan kalkmıştır. Katılımcılar sıklıkla düğünlerde hayvan etinin yanına yöresel yemeklerin de yapıldığını belirttikleri görülmüştür. Çerkezlerde hayvanın bazı uzuvlarının düğünlerde sofraların başköşelerin de sergileme adetleri mevcuttur. Katılımcılar günümüzde artık bu ritüelin yapılmadığını belirtmiştir. Çerkezler için topluluk dışından evliliklerin artması kültürel pratiklerin değişmesinde bu durumda etkili olmuştur. Çerkez kültürünü bilen ve yaşatmaya çalışan katılımcıların günümüzde bu kültürel duruma ilişkin mutfak özelliklerini sürdürmeye çalıştıkları görülmüştür.

3.4 Sakarya'da Melezlikler

Bu başlık altında Çerkezlerin Sakarya'daki diğer göçmen mutfak kültürleri ile olan etkileşiminin gerçekleşme durumları ele alınmıştır. Adetlerinin ağır olduğunu söyleyen katılımcılardan biri (K1), diğer göçmen grupların Çerkez yemeklerini bilip yapmak istese de bir Çerkez gibi yapamadığını söylemiştir. Bir diğer katılımcı (K7) yakın çevrede oturan bir başka göçmen grubun Çerkez yemeklerini hiç merak etmediğini ve hiç yemediklerini aktarmıştır. Katılımcılar, sıklıkla kültürlerine saygının sadece kendileri için bir kriter değil, aynı zamanda sosyal çevre için de önemli olduğunu ifade etmiştir. Yemeklerinin zor ve meşakkatli olduğunu, gelinlerin yapmakta zorlanırken başka kültürlerin hiç yapamayacağını söyleyen (K2), *"Genellikle sadece tadımlık yiyorlar. Mutfaklarında yaptıklarını düşünmüyorum. Yemeklerimiz zor ve meşakkatli olduğu için gelinler yapamıyorken başka kültürler hiç yapmaz"* şeklinde görüşlerini ifade etmiştir. Başka göçmen grupların tadım amaçlı yediklerini, Çerkez yemeklerini alıp mutfaklarında sürekli kullanım haline getirmediklerini ifade etmiştir.

Manav yemeği yapmaya çalışan katılımcılardan biri (K3) , "günlük yemeklerimiz zaten aynı. Abazalar ile aynı aşağı yukarı. Manav köyü hemen yanımızda olmasına rağmen yapmayız. Biz hanımla yapalım dedik beceremedik" şeklinde düşüncesini ifade etmiştir. Etkilenen yerlerin olduğunu fakat yemek olarak devamlı bir şekilde mutfakların yapılmadığını belirten katılımcılardan K5, etkilenmenin mutfağa yansımadığını belirtmiştir. Başka kültürlerden yapılan yemeklerin tadımlık yapılığını sürekli olarak mutfaklarına yerleştirmediklerini belirtmiştir. Etkileşimin çoğunlukla olmadığını, olan kısımların kültürel mutfaklara değil de modern mutfak üzerinden gerçekleştiğini dile getiren katılımcılardan biri (K4), *"etkileşim olmamıştır. Çoğunlukta olmamıştır. Azınlıktır. Çerkez kültürü etkileşime girmeden modernleşerek devam etmektedir. Benim damak tadıma göre bu değişiklik gösterebilir"* şeklinde açıklamıştır. Etkileşimin yenidünya tarzına doğru evrildiğini söyleyen katılımcılardan (K6), etkileşimde asimilasyonun bütün kültürleri aynı derecede etkilediğinden bahsetmiştir. Katılımcı küreselleşmenin güçlü bir şekilde bütün yerellikleri birbirine benzettiğini vurgulamıştır.

Çerkez yemeklerine diğer kültürlerin ilgisini öğrenmek amacıyla, "Evde yapılan geleneksel yemeklerin tariflerini başka kültürden kişilere verdiğiniz oldu mu? Olduysa bunlar hangi yemeklerdir?" sorusu iletilmiştir. Verilen cevaplardan 7 kişinin Çerkez pastası, 2 kişinin Çerkez Tavuğu ve 1'er kişi ile Çerkez Peyniri, Acıka ve Şıpsi olduğu ortaya çıkar. Tarif isteyenlerin genellikle çok yapılmasından ve bilinmesinden kaynaklı olarak Çerkez Pastası'nın tarifini istendiğini görülmüştür. Katılımcılardan alınan cevaplar arasında önemli görülen bölümler özetlenerek Tablo 9'a aktarılmıştır.

Tablo 9. Çerkez Mutfağında Tarifi İstenilen Yemekler

	Sayı	Kişiler
Çerkez Pastası	7	K2,K4,K5,K6,K7,K9,K10
Çerkez Tavuğu	2	K2,K6
Çerkez Peyniri	1	K3
Acıka	1	K4
Şipsi	1	K4

.

Çerkez kültürünün devamı için kültürün geleceğe aktarımı büyük önem taşımaktadır. Kültürü geleceğe en iyi ve özgü bir şekilde kadınlar yapmaktadır. Kadınlar, gençler, restoranlar ve dernekler kültürün geleceğe aktarımında büyük önem taşımaktadır. Katılımcılara kültürün geleceğe aktarımı konusunda kadının rolü, genç kuşakların Çerkez yemeklerine karşı yaklaşımı ve dernek ve restoranların yemek kültürünün neresinde olduğu sorulmuştur.

Çerkez mutfak kültürünün korunmasında ve geleceğe aktarılmasında kadın önemli bir konumdadır. Katılımcılara bu konu hakkındaki görüşleri, "Mutfak kültürünün korunmasında ve geleceğe aktarılmasında kadının rolü hakkında ne düşünüyorsunuz?" şeklinde sorulmuştur. Alınan cevaplardan önemli görülen kısımlar özetlenerek aktarılmıştır. Kültürel aktarımda yaş almış kadınların rolünün daha fazla olduğunu belirten K1, "yaşlılar kültürümüzü daha iyi aktarıp koruyor. Yaş oranı düştükçe korumuyorlar. Hemen bir pasta bir poğaça yapıyorlar" cevabını verirken K2, "Evde yaşlı varsa aktarılıyor. Ama özellikle gelin başka kültürden ise aktarım zor oluyor" şeklinde kültürel farklılıkların olduğu yerde aktarımında zaman aldığını belirtmiştir. Kültürel aktarımda kadınların rolünün erkeklerden çok daha fazla olduğunu belirten K3, kültürü devam ettiren ve yine kültürel değişimlerin gerçekleşmesini sağlayan kadınlardır şeklinde görüşlerini iletmiştir.

Çerkez yemeklerinin yapımı zor olduğu için gençlerin yapamadığını söyleyen K1, "bulurlarsa yerler ama yapımı çok zahmetli olduğu için yapamıyorlar" *şeklinde* yemeği sevdiklerini ama yapamadıklarını belirtmiştir. Genç katılımcılardan olan K2, "yapması zor olduğu için yapamıyorum ama yemeği seviyorum" şeklinde Çerkez yemeklerini yapamadığını belirtmiştir. Gençlikte öğrenmeyip evlendikten sonra öğrendiklerini belirten katılımcılardan K4, evlilik ile yemeğe duyulan özlem neticesinde yapılmaya başlandığını ifade etmiştir. Gençlerde kültürel farkındalığın artmasına bağlı olarak duyulan özlem ile yemeklere de ilginin arttığını ifade eden K3, ilginin arttığını fakat yemeklerin yapımının zor olmasından dolayı gerçekleştiremediklerini aktarmıştır. Genç erkeklere boza yapımını öğrettiğini söyleyen katılımcılardan K6, "Ben gençlere kültürümüzün yemeklerini öğretmeye gayret gösteriyorum. Boza öğrettirdim en son. Hamur işlerini ve toprak fırınlarda yapılan yemekleri çok sevip yiyorlar" şeklinde yemeklere karşı ilgilerinin olduğunu söylemiştir.

Derneklerin ve restoranların kültürü tanıtmada olumlu katkıları olduğunu söyleyen K2, "dernekler genelde tanıtım ve kaynaşma günler yapıyor iyi oluyor. Restoranlar birkaç yerde var Maksudiye, Kayalar ve Sapanca da var bunlar kültürümüzü tanıtmaya çok iyi oluyor" cevabını verirken Sakarya'da Çerkez restoranları olduğunu ve derneklerin özel geceler düzenleyerek katkı da bulunduğunu ifade etmiştir. K3, "olumlu katkıları çok. Adetler, beslenme, eğitim, folklor çalışmaları mevcuttur. Restoranlar mevcuttur. Turistik olarak katkı sağlıyorlar" şeklinde sosyal çalışmaların olduğunu belirtmiştir. Derneklerde yapılan yöresel yemeklerin, Çerkez yemeklerini tanıtmada yetersiz olduğunu düşünen katılımcılardan K6, derneklerde ve restoranlar da seri üretim ile yapılan yemeklerin, gerçeği yansıtmadığını ve aynı tadı vermediğini ifade etmiştir. Peynir üretiminin eskiden günlerce ocak üstünde yapıldığını, şimdi ise fırınlar yardımıyla birkaç gün içerisinde kurutulduğunu üzüntüyle belirtmiştir. Katılımcı, merak eden ve ilk defa yiyen kişiye gerçek peynirin yansıtılmadığını söylemektedir. Değişen iklim sebebi ile verimli süt alımının da zamanla azaldığını ifade eden katılımcı, böylece 10 kilo sütten alınan peynirin, artık 40 kilo süt ile elde edildiğini aktarmıştır. Seri üretim ile yiyeceğin kalitesinin düşmesi mutfağa ve yöresel mutfağa yansıdığını böylece kalite de düşüşler gerçekleştiğini aktaran katılımcı, küreselin yerel yemek kültürü üzerine yaptığı baskıyı da betimlediği görülmüştür.

5 Sonuç

19. yüzyılın sonunda et ve patates yiyen Amerikalılardan korkan bir kadın "henüz Amerikanlaşmadık. Halen İtalyan ekmeği yiyoruz" sözünü söylemişti (Civitello, 2019: 328). Mutfak, göçmenlerce yerleştikleri bölgelerde korumak istedikleri kültürel öğelerin ilk sırasında yer almaktadır. Çünkü mutfak, yemek tarifleri, ritüelleri, kültürel uzantıları ve eşyaları gibi birçok unsurla göçmen için güvenilir bir alandır. Yemek göçmeni tanımlayan, onu öteki karşısında konumlandıran ve tarihsel sürekliliği sağlayan bir gerçekliktir. Bu çalışmada mutfak ve yemek kavramı, birbirini tamamlayacak şekilde toplumsal ve kültürel kodları betimlemek için kullanılmıştır. Çalışmanın odağına Sakarya'da yaşayan Çerkezler ve onların mutfak kültürü

yerleştirilmiştir. On kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılırken, katılımcılara mutfakla ilgili alışkanlıkları, pratikleri ve ritüelleri sorulmuştur. Çalışmanın kavramsal tartışması göçmenlik deneyimi ve mutfak kültürü üzerinden yürütülmüştür.

Göç ile mutfak arasında kurulan ilişki, aynı zamanda mutfağın göçmenin belleği olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bellek, kültürel kimliğin de başat koruyucusudur. Mutfağı kültürel kimliğin merkezine yerleştiren temel özellikse, çalışma boyunca vurgulandığı üzere göçmene bir koruyucu koza örmesidir. Göçmen, mutfağın içinde kendisini güvende hissetmekte ve geldiği coğrafyayla doğrudan bağını sürdürmektedir. Mutfağın aynı zamanda mekânsal bir çerçevesi olması, özel alana aitliği ve kuşkusuz ritüellerden oluşması güvenlik hissini güçlendirmektedir. Çerkezlerin göç ve sürgün deneyimleri, bahse konu bu ilişkiselliğin izini sürmek için yerinde bir örnektir. Geldikleri coğrafyaya hem uyum sağlamaya hem de anavatanlarından getirdikleri kültürel pratikleri topluluk içinde sürdürmeye çalışmaktadır.

Bu çalışma bize ilk olarak özel gün ve gecelerin yemek ritüelleri için önemli olduğunu göstermiştir. Ayrıca geçiş ritlerinde (doğum, düğün ve ölüm) yemekle kurulan toplumsal ilişkinin en üst düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Çerkezler, sıklıkla düğünlerde ve cenaze törenlerinde geçmişten getirdikleri yemek kültürlerini korumaya devam etmektedir. Bu noktada derneklerin ve restoranların da dikkat çekici olduğu görülmüştür. Mutfağın restoran ve dernek çatısı altında bir mekân kimliği kazanması, kültürel pratiklerinin geleceğe aktarımında Çerkezleri umutlandırmaktadır. Ancak Çerkezleri kaygılandıran temel noktaysa küreselleşmenin yöresel mutfaklar üzerine yaptığı baskının gittikçe kimliklerini tekdüzeleştirmesidir. Çerkezler, farklı göçmen topluluklarla karşılaşmaktan ziyade fastfoodun yıkıcı etkisinden korkmaktadır. Çerkezler, farklı topluluklarla bir arada yaşamayı kültürel bir zenginlik olarak düşünmekte ve yemek pratiklerinin çeşitlenmesinde bir kazanım olarak yorumlamaktadır. Bu bağlamdan hareketle çalışmanın vurgulaması gereken noktası, Çerkezlerin yemek pratiklerinde kendilerini ayrıcalıklaştırmasıdır. Diğer topluluklarla kıyasladıklarında yemek tariflerinin zor olduğunu ve kolay kolay başkalarında yapılamadığını aktarmıştır.

Mutfağın sosyolojisi, topluluğun vitrine yemeği ve gıdayı nasıl koyduğuyla doğrudan ilişkilidir. Vitrin, göçmenler için ayrıca önemlidir. Çünkü dışsal göstergelere dönüştürdüğü yemek ritüelleriyle, kendisini diğer topluluklardan ayırmaktadır. Çerkezlerin vitrine koydukları her türlü yeme içme unsuru, aynı zamanda onların kimliklerinin yabancılar tarafından nasıl göründüğünü de göstermektedir. Çerkezler, değişime direnmektedir ancak çalışmada ortaya konulduğu üzere birçok sebep, değişime ayak uydurmayı kaçınılmaz kılmaktadır. Sıklıkla yeni kuşak ile eski kuşak arasındaki bağların kopması, değişimi hızlandıran temel unsur görülmüştür.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The authors declare no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The authors received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça/ References

Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi*. Phoenix.

Apdurezzak, A. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Turkish Studies, 9*(11), 1-16.

Aslan, C., Devrim, C., Huvaj, F., Papşu, M., Karaerkek, N., Özbay, Ö. ve Dağıstanlı, S. (2009). *Biz Çerkezler.* Kafkas Dernekleri Federasyonu.

Avşar, Ö. Y. ve Seçim, Y. (2020). Suriye göçmenlerinin mutfak kültürü uyum süreci: Konya örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 209-211.

Ay, Ş. ve Şahin, K. (2014). Eski Yakındoğu'da yemek simgeselliği üzerine bir değerlendirme. *Tarihin Peşinde, 12*, 331-358.

Berkok, N. ve Toygar, K. (1994). *Kuzey Kafkasya mutfak kültürü ve yemekleri.* Birlik Matbaacılık.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor, 22*(87), 159-169.

Beşirli, H. (2011). Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaşi Veli Araştırma Dergisi*, *58*, 139-152.

Civitello, L. (2019). *Mutfak & kültür* (Çev. Z. N. Nahya ve S. Örnek,). Bilim ve Sanat Yayınları.

Çafa, İ. ve Madenci, A. B. (2021). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında göçmen mutfak kültürü: Yunanistan göçmenleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9*(3), 2058-2072.

Deniz, A. ve Öksüz, M. (2017). Ankara'daki İran restoranları: Kültürel kimlik üzerine etnografik bir araştırma. *Coğrafi Bilimler Dergisi, 15*(2), 167-185.

Dereli, A. (1989). *Ticari mutfak (Cilt 1).* T.C Turizm Bankası Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Ders Notları.

Dikici, E. ve Sağlam, A. (2021). Geleneksel/alternatif tıp uygulamalarına yeni yaklaşım olarak beslenme ve yemek kültürü: Şalpazarı örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14*(39), 295-329.

Durlu Özkaya, F. ve Düzgün, E. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *3*(1), 41-47.

Erdem, B. ve Akyürek, S. (2018). Yeni bir mutfak akımı: Yaşayan mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5*(2), 103-123.

Fendal, D. (2014). Türkiye'deki kahve ve mutfak kültürünün dönüşümü üzerinden küreselleşme sürecinde küresel ve yerel kültürün etkileşim ve eklemleniş. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi,* 147-180.

Greco-Morasso, S. ve Zittoun, T. (2014). The trajectory of food as a symbolic resource for international migrants. *Critical Practice Studies, 15*(1), 28-48

Ichijo, A. ve Ranta, R. (2018). *Yemek ve ulusal kimlik gündelik yaşamdan küresel siyasete* (Çev. E. Ataseven). Ayrıntı Yayınları.

Kahraman, C., Güneş, İ. ve Kahraman, N. (2017). 1989 göçü sonrası Bulgaristan göçmenlerinin yemek kültüründeki değişim*. Göç Dergisi, 4*(2), 227-245.

Karyelioğlu, S. (2021). Yemek ve göç: Türkiye'ye göç etmiş Suriyelilerin yemek ile ilgili kültürel ve iktisadi deneyimleri. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi, 8*, 1-22.

Kodaş, D. ve Dikici, E. (2012). Ahlat, kırsal bölgesinde gastronomi turizminin muhtemel toplumsal etkileri üzerine nitel bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4*(2), 51-68.

McBride, A. E. (2005). Have your coke and eat it too: What cooking with Coca-Cola says about cultural imperialism. *Gastronomica, 5*(1), 80–87.

Özdemir, B. (2001). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi ve her şey dahil (all-inclusive) uygulamasının mutfak yönetimine etkileri üzerine sektörel bir araştırma.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Park, K. (2017). Ethnic foodscapes: Foreign cuisines in the United States. *Food, Culture & Scoiety, 20*(3), 365-393.

Pertile, K. ve Gastal, S. (2013). Regional tourism and gastronomy: The Italian voices and immigrant cousine in Serra Gaucha-RS/Brazil. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 2*(6), 1182-1196.

Ritzer, G. (2011). *Küresel dünya* (Çev. M. Pekdemir). Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2019). *Toplumun McDonaldlaştırılması* (Çev. Ş. S. Kaya). Ayrıntı Yayınları.

Sağır, A. (2012). *Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. Turkish Studies, 7*(4), 2675-2695.

Sağır, A. (2016). Ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofra pratikleri üzerine. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 20*(1), 271-298.

Sağır, A. (2020). Yeni bir yaklaşım önerisi: Katmanlaşma teorisi bağlamında yemeğin sosyolojik izdüşümleri (Karabük örneği). *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 40*(1), 309-338.

Sağır, A. (2021). Kültürün yeniden yorumlanması olarak Hıdırellez: Göç, ölüm, kurban, mezarlık (Karabük örneği). *Milli Folklor, 17*(130), 204-217.

Sarıışık, M. (Ed.) (2017). *Gastronomi ve mutfak sanatlarına giriş*. Detay Yayıncılık.

Schlosser, E. (2012). *Fast food nation: The dark side of the All-American meal*. Houghton Mifflin Company.

Solmaz, Y. ve Dülger Altıner, D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1*(3), 108-124.

Sürücüoğlu, M. S. ve Özçelik, A. S. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. *İcanas Kongresi,* 1289-1310. Erişim adresi: https://www.ayk.gov.tr

Şahin, K. (2003). *Geleneksel Antakya yemek kültürünün beslenme antropolojisi açısından incelenmesi.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Türk, H. ve Şahin, K. (2004). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1*(2), 1-17.

Şahin, K. (2010). Dini kimliğin inşasında kutsal ve tabu olan yiyecek ve içeceklerin işlevleri: Antakya örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Şahin, K. ve Elbeyli, M. (2022). Suriyelilerin yemek kültürüne kamusal alandan bakmak: Kilis örneği. *Antropoloji, 43*, 80-88.

Toprak, L. (2015). *Mardin ve yemek kültürü.* Mardin Müzesi Yayınları.

Wuddamalay, V. (2018). Yeni mülteci dalgalarının entegrasyonunda kilit mekanlar olarak kent içi etnik yerleşim bölgeleri (Çev. Ö. Gürpınar). *Teorik Bakış, 10*, 97-109.

Yıldız, S. (2020). Etnik toplumlara ait yemek kültürleri. N. Çetinkaya (Ed.), *Yemek, kültür ve toplum* içinde (ss. 333-359). Nobel Akademik Yayıncılık.

Yılmaz, A. (2019). *Sakarya'daki etnik çeşitliliğin mutfak kültürü fotoğraflarıyla temsili*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Yılmaz, K. (2017). *Çerkez mutfak kültürü yemek, gelenek ve görenekleri.* Tunç Yayıncılık.

Yolkolu Öksüz, A. (2018). *Geleneksel Çerkez mutfağı hüzün aş olunca.* Yediveren Yayınları.

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 140-156
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.3

Araştırma Makalesi ◆ Research Article

Dijital Reklamların Tüketici Davranışlarına Etkisi: Kırgızistan Örneği

The Effect of Digital Advertising on Consumer Behaviors: The Case of Kyrgyzstan

Gulkaiyr HAKVERDİ*

0000-0002-9987-8192

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 14. 04. 2022
Düzeltme Talebi: 08. 06. 2022
Son Düzeltme: 14. 06. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Dijital Pazarlama
Küresel Dijital Pazarlama
İnternet Pazarlama
Dijital Reklam Pazarı
Dijital Pazarlama Eğilimleri

ÖZ

Geleneksel internet pazarlamanın yerini yeni dijital iletişim kanalları ve çok çeşitli fırsatlara olanak sağlayan dijital pazarlama almaktadır. Bu nedenle dijital pazarlamanın özelliklerini ve ürün tanıtım fırsatlarını belirlemek zorunlu hale gelmektedir. Dijital pazarlama ile internet pazarlaması arasındaki farkı tanımlamak ve temel dijital pazarlama araçlarını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Araştırmanın temel amacı, tüketicinin dijital reklama yönelik davranışını, reklam etkisinin etkinliğini ve tüketicinin kitle iletişim araçları ile iletilen pazarlama mesajlarına karşı tutumunu belirleyen faktörleri incelemektir. Kırgızistan'da yaşayan bireylerin dijital reklamlara karşı tutum ve algılarını belirlemek için 450 kişi ile elektronik ortamda anket çalışması yapılmıştır. Ankete verilen yanıtların IBM SPSS 22.0 paket programıyla analizi yapılmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma ile sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre insanlar internet ve sosyal medya üzerinden alınan mesajlara güvendikleri ve ürünle ilgili bilgi edindikleri görülmektedir. En çok ilgi ve dikkat çeken internet reklamı sosyal ağlardır görüşünde olanlar modern internet reklamlarının kalitesine daha yüksek puanlar verdikleri görülmektedir. Eğitim durumu arttıkça web sitelerinde ve makalelerdeki reklamları dikkat çekici bulma durumları da artmaktadır. Çalışmanın sonuçları, ülkedeki çeşitli sektördeki şirketlerin dijital pazarlama yoluyla tanıtım planlanması ve marka tanıtım faaliyetlerinin geliştirmesi için pratik öneme sahip olmaktadır.

ARTICLE INFO

Submitted: 14. 04 2022
Revision Requested: 08. 06. 2022
Final Revision Received: 14. 06. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Digital Marketing
Global Digital Marketing
Internet Marketing
Digital Advertising Market
Digital Marketing Trends

ABSTRACT

Traditional Internet marketing is being replaced by digital marketing that allows for new digital communication channels and a wide range of opportunities. For this reason, it becomes necessary to identify the characteristics of digital marketing and the possibilities for promoting products. There is a need to identify the difference between digital marketing and Internet marketing and consider essential digital marketing tools. The primary purpose of the research is to look at consumer behavior toward digital advertising, the efficacy of the advertising effect, and the factors influencing consumer attitudes towards mass media advertisements. To determine the attitudes and perceptions of people living in Kyrgyzstan about digital advertising, an online survey of 450 people was conducted. The questionnaire responses were analyzed with the IBM SPSS 22.0 software. During data analysis, descriptive statistics were presented with frequency, percentage, average, and standard deviation. The results indicate that people trust the messages they receive on the Internet and social media and obtain information about the product. It shows that those who think that social networks are the most exciting and attractive advertisements on the Internet give higher scores to the quality of modern Internet advertisements. As the educational level increases, so does the situation of finding advertisements on websites and more attractive articles. The study results are of practical importance for enterprises in different sectors of the country to plan promotion through digital marketing and develop brand promotion activities.

* **Yazar İletişim/ Corresponding Author**: Gulkaiyr Hakverdi (Doktora Öğrencisi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta, Türkiye gulkayirose@gmail.com
Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Hakverdi, G. (2022). Dijital reklamların tüketici davranışlarına etkisi: Kırgızistan örneği, *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 3*(2), 140-156. doi:10.52108/2757-5942.3.2.3

1 Giriş

Çevremizdeki her şeyin hızla değiştiği ve modernleştiği bir çağda yaşamaktayız. İnternet pazarlama sektörü de değişmektedir; bu nedenle çevrimiçi pazarlamayı kullanmanın bir girişimciye makul bir kâr düzeyi getirebileceğini söylemek zordur. Geniş tanıtım potansiyeline sahip yeni dijital kanallar ortaya çıktıkça, işletmeler için internet teknolojileri artık etkisini kaybetmektedir. Başka bir deyişle dijital pazarlama çağı ortay çıkmaya başlamaktadır. Bu nedenle dijital pazarlamanın özelliklerini ve ürün tanıtım fırsatlarını belirlemek zorunlu hale gelmektedir. Ürün ya da hizmet tanıtımında reklam kampanyalarının etkinliği potansiyel bir tüketiciden olumlu bir tepki alan, onun tarafından hatırlanan ve bir ürün satın alma veya bir hizmeti kullanma arzusuna neden olan fikir en başarılısı reklam kampanyaları olarak sayılmaktadır. Dolayısıyla Tüketici davranışının incelenmesi, bir şirketin pazardaki başarısı için bir ön koşul olmaktadır. Pazarlama stratejileri geliştirmeye ve reklam kampanyaları yürütmeye olanak tanımaktadır. Çoğu durumda, tüketicilerin satın alma davranışı, satılan ürün veya hizmetin reklam sunumundan hoşlanmalarına veya hoşlanmamalarına bağlıdır. Dolayısıyla, tüketici satın alma davranışı, reklamın etkinliği üzerindeki etkisine ilişkin araştırmalarda her zaman çok dikkat çeken bir unsur olmaktadır.

Kırgızistan'da dijital reklamların tüketici davranışlarına etkisini ölçmek üzere yapılan bu çalışmada temel amaç tüketicinin dijital reklama yönelik davranışını ve reklam etkisinin etkinliğini ve tüketicinin kitle iletişim araçları ile iletilen pazarlama mesajlarına karşı tutumunu belirleyen faktörleri incelemektir. Kırgızistan'da dijital reklamcılığın tüketici davranışları üzerindeki etkisine ilişkin literatür araştırmasının olmaması, Kırgız medya pazarında neler olup bittiğini anlamak için medya araştırmalarına ağırlık verilmesi ve dijital reklam literatürüne katkıda bulunma isteği bu çalışmanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

Pazarlama faaliyetlerinde dijital teknolojilerin kullanılması, işletmelerin ve kuruluşların potansiyel müşterileri elde tutmaları ve onlarla uzun vadeli ortaklıklar geliştirmeleri için geniş fırsatlar yaratmaktadır. Olumlu tüketici tutumları geliştirmek, ürün ve hizmetlerine güven duymak, her müşteriye bireysel bir yaklaşım sağlamak, zevk ve tercihlerindeki değişikliklere esnek yanıt verme konusunda işletmeler ve kuruluşlar için geniş beklentiler yaratmaktadır. Çalışmada tanımlanan dijital pazarlamanın faydaları, müşteri odaklı bir yaklaşımın geliştirilmesi için önemli unsur olmaktadır. Müşteri odaklı bir yaklaşımın kullanımı, kuruluşların rekabet gücünü güçlendirmelerine ve markalarını pazarda etkin bir şekilde tanıtmalarına olanak tanımaktadır.

2 Dijital Pazarlama Kavramı

Günümüzde dijital teknolojiler başarı için belirleyici bir faktör ve yadsınamaz bir rekabet avantajıdır. Her gün insanlar, büyük miktarda bilgi ile karşı karşıya kalmaktadır. Buna göre pazardaki teklif sayısı katlanarak arttığında, pazarlamacıların tüketicileri etkilemek için daha etkili yollar aramaları gerekmektedir. Bu nedenle şirketler, ürünlerini ve hizmetlerini pazarda tanıtmak için nispeten yeni bir pazarlama yönü olan dijital pazarlamayı kullanmaya başlamışlardır.

Dijital pazarlama (digital marketing), dijital bilgi, iletişim teknolojileri ve elektronik cihazlar kullanarak müşteriler ve iş ortaklarıyla etkileşim sağlayan pazarlama türüdür. Daha geniş anlamda dijital pazarlama, pazarlama faaliyetlerinin dijital bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilmesi anlamına gelmektedir (Danko, 2019). Dijital pazarlama genellikle çevrimiçi pazarlama, internet pazarlaması ve web pazarlaması olarak da adlandırılır. Ancak dijital pazarlamanın tek aracının internet olduğunu söylemek yanlıştır. Dijital pazarlama, İnternet, TV, radyo gibi dijital kanallar gibi bilgi ve elektronik kanalların kullanımı yoluyla tüketici üzerinde etki etmeye sahip araçlar ve yöntemler setidir. Dijital ve elektronik kanallara ek olarak, dijital pazarlama ayrıca çevrimdışı kanalları da içerir (Virin, 2010). Dijital iletişim, akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler, televizyon, radyo, dijital ekranlar gibi dijital tanıtım kanalları yoluyla tüketici ile hedeflenen etkileşimin modern bir yolunu sunan araçlardır. Dijital etkileşim, elektronik kanallara ve QR kodlarına bağlantılar şeklinde çevrimdışı kanallarda da uygulanabilmektedir (Alekseev, 2016). Dijital televizyon, mobil cihazlar, sosyal medya ve diğer bazı platformlar da bilginin yayılması için dijital kanallar olarak sınıflandırılabilmektedir. Internet pazarlaması da dijital pazarlama kapsamına girmektedir. Ancak potansiyel tüketicilerle yalnızca çevrimiçi değil aynı zamanda çevrimdışı bir ortamda da iletişime izin vermektedir.

Günümüzde tüketicilerin düşünce ve arzuları çok hızlı değişmektedir. Bu yüzden şirketler müşterileri ile sağlıklı ilişkiler kurmalıdır. Bunun gerçekleşebilmesi için marka tanıma ve bilinirliği, kullanıcı katılımı, hedef kitleden elde edilen gelir, kullanıcıyla doğrudan iletişim, çevrimiçi itibar yani sadık tüketicilerin olumlu duyguları gibi araçlar yardımcı olabilmektedir (Seliverstov, 2017). Bu nedenle dijital tanıtımın en önemli özelliği, kişiselleştirilmiş bir yaklaşım olmaktadır. Kişiselleştirme ise ziyaretçilerin ilgi alanlarını ve özelliklerini dikkate alarak belirli bir ziyaretçi kategorisine odaklamaktır (Kodzhaspirova ve Kodzaspirov, 2001). Dolayısıyla, izleyicilerle ilgili bilgilerin pazarlama verimliliğini, müşteri sadakatini artırmaya ve maliyetleri optimize etmeye yardımcı olduğunu söylemek gerekmektedir. Bireysel bir yaklaşım kanallar arası etkileşime, iletişime ve pazarlama etkinliğinin analizine yardımcı olmaktadır.

Dijital devrimin temel özelliği, değişimin hızı ve ölçeği gibi iş inovasyonunun dinamikleridir. Dijital devrimin altı ana gücü bulunmaktadır; bunlar dijital teknoloji, mobil iletişim, sosyal ağlar, anlık (gerçek zamanlı) veri, sanal bir platform (bulut) ve başlangıç / risk sermayesidir (Sewell ve Brown 2016). Bu nedenle yeni dijital kanallar aracılığıyla tanıtım yapmak PR'a (Public Relation) yeni bir yaklaşım ve yeni bir izleyici davranışı anlayışı gerektirmektedir. Bu da şirketleri tüketici davranışlarının analizine ve devam eden eylemlerin etkinliğine daha ayrıntılı bakmaya zorlamaktadır. Dijital iletişim, kuruluşun pazarlama kampanyalarını ayrıntılı olarak analiz etmesine ve elde edilen verilere dayanarak, en etkili tanıtım yöntemlerini tanımlamasına olanak sağlamaktadır.

3 Tüketiciler İçin Artan Rekabet Karşısında Dijital Pazarlama Fırsatları

Yeni teknolojilerin yardımıyla markalarını kurmak veya genişletmek isteyen işletmeler için dijital yetenekler giderek daha da gerekli hale gelmiştir. Dijital platform güçlü bir araçtır ve birçok avantajı içinde barındırmaktadır. Dijital teknolojilerin tanıtılması ve geliştirilmesi için olası kanalların sayısını sürekli olarak artırmayı amaçlamaktadır. Bu yeni teknolojiler blog oluşturma, mobil uygulamalar, siteler, viral reklamcılık, çevrimiçi danışmanlık, sosyal ağlar vb. teknolojilerini kapsamaktadır (Kaznina, 2015).

Günümüzde dijital pazarlamanın etki alanı genişlemektedir ve tüm pazarlama teknolojileri arasında en etkili olan yöntem olarak kabul görmektedir. Bu tür bir ürün tanıtımı için çok sayıda etki aracı bulunmaktadır. Ayrıca başka hiçbir pazarlama türünün karşılaştırılamayacağı bir dizi tanıtım kanalı bulunmaktadır (Solovyova, 2015). Çevrimiçi alan ve çevrimdışı alan olarak iki tür dijital pazarlama türü bulunmaktadır. Her birinin ayrı olarak kendi araçları vardır. Bu da dijital pazarlamanın olanaklarını bizlere göstermektedir.

Çevrimiçi araçlar: kullanıcı istekleri için internet kaynağını yapılandıran SEO optimizasyonu, konuya benzer diğer sitelerdeki bağlantıları sağlayan içeriğe dayalı reklamcılık, sayfanın belirli bir bölümünde yer alan afiş reklamları, belirli bir hedef kitleye yönelik bir sosyal medyada yapılan hedefleme (Targeting) reklamları, kişiselleştirilmiş reklam içeren e-posta reklamları, internet kaynaklarındaki pop up ve push pencereleri, ürün veya hizmete atıfta bulunan makaleler veya blogları oluşturan yerel reklamlar çevrimiçi araçlardır (Zolotarev, 2018). Dolayısıyla, çevrimiçi araçlar etkili rekabet için, mevcut tüketici ihtiyaçlarına göre mal ve hizmetleri tanıtabilmek için iyi bir fırsat sağlamaktadır. Aynı zamanda, birçok farklı aracın bir arada kullanılması, seçilen İnternet izleyicisinin büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Ek olarak, çevrimiçi araçların maliyetinin nispeten düşük olduğu da bilinmektedir.

Çevrimdışı araçlar: potansiyel bir müşteriyi belirli bir siteye veya uygulamaya yölendirmeye teşvik eden çeşitli kaynaklardaki QR kodlar, çevrimiçi araçlarla etkilemesi oldukça zor olan daha eski bir kitleye ulaşmaya olanak sağlayan televizyon ve radyo reklamcılığı, promosyonlar ve güncellemeler hakkında güncel bilgiler içeren SMS mesajları çevrimdışı araçlardır (Zolotarev, 2018). Televizyon reklamcılığı oldukça maliyetlidir, ancak ülkemizdeki nüfusu arasında televizyona duyulan güvenin yüksek olması nedeniyle bu araç etkili olarak bilinmektedir. Reklam için alternatif bir dağıtım kanalı olan radyonun maliyeti televizyon kadar yüksek olmasa da izleyici kapsamı oldukça geniş kitleyi kapsamaktadır. SMS mesajları yalnızca yeni tüketicileri çekmek dışında var olanları korumak, onları ilginç olaylar veya satışlar hakkında bilgilendirmek için kullanılmaktadır.

Marka tanıtımında dijital pazarlamanın kullanımının en açık örneklerinden biri McDonald'sın reklam kampanyasıdır. Şirket, sürekli olarak dijital televizyonda yeni reklamlar yayınlamaktadır. "McDonald's benim sevdiğim şeydir" sloganı zaten bilinen bir deyimdir. Bir TV ekranına video yerleştirmenin yanı sıra, marka aktif olarak sosyal ağları da kullanmaktadır. Markanın adı aynı zamanda radyoda, internette, etkileşimli ekranlarda da görülebilmektedir (Sopina, 2017).

4 Dijital Pazarlamanın Dünya Deneyimi

Dijital, mobil ve sosyal medya, dünyanın dört bir yanındaki insanların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Buna kanıt olarak da dünya medya ajansı "We Are Social ve Hootsuite'nin" yeni raporunda dünyada 2020 yılın başında 4,5 milyardan fazla insan, 2019 yıla göre %7 daha fazla internet kullandığını tespit etmiştir. Bunlardan 3,8 milyarı sosyal ağları kullanmaktadır. Bu, dünya nüfusunun neredeyse % 60'ı oluşturmaktadır. Cep telefonunu da 5,19 milyardan fazla insan kullanmakta ve kullanıcı sayısı 2019 yıla göre 124 milyon yani % 2,4 artmıştır (We Are Social ve Hootsuite, 2020a).

Sosyal ağlar her yıl daha fazla kullanıcı kazandıkça bu mecra popülerlik kazanmaya devam etmektedir. Dolayısıyla 2019'dan sonraki istatistiklere göre Facebook'un aylık ortalama 1,65 milyar aktif kullanıcısı bulunmakta ve günlük kullanıcı sayısı ise 1,09 milyara ulaşılmaktadır. Ayrıca Facebook sayfalarına her ay 2,5 milyar yorum bırakılmaktadır. Sosyal ağlar, her yıl ortalama bir insanın boş zamanını daha fazla harcadığı bir yere dönüşmekte ve televizyon, radyo ve yazılı medyanın yerini almaktadır. Bu nedenle 50 milyon şirketin Facebook sayfası bulunmaktadır (Pfanstil, 2019).

Küresel medya ajansı We Are Social, COVİD-19 salgın sürecinin blog yazarlarını, markalarla ilişkileri ve genel olarak izleyiciyi nasıl etkilediğine dair rapor yayınlamıştır. Raporun temel bulguları şu şekildedir: Dünyanın her yerinden insanlar, kolaylıkla ulaşabilecekleri eğlenceli içeriklerle ilgilenmektedir. Bu nedenle, markaların artık olumlu dönüşler alabilmesi için blog yazarlarıyla daha aktif çalışması gerekmektedir.

> *Birçok kişinin "eğlence platformu" olarak adlandırdığı TikTok uygulamasının popülaritesi gün geçtikçe artmıştır. TikTok'un video tarzı özellikle Instagram'dan daha da aktif bir şekilde kullanılmaktadır. İnsanlar iletişimi özledikleri için aktif bir şekilde çevrimiçi iletişime kapılmaktadır. Örneğin çevrimiçi oyunların içinde insanlar, daha çok iletişim kurma eğilimindedirler. İnsanların daha çok zamanı olduğundan birçok kullanıcı sürekli olarak içerik oluşturmaya başlamıştır. Sosyal ağlardaki içerik miktarı katlanarak artmaya devam etmektedir. Bu da rekabetin arttığı anlamına gelmektedir (Terekhov, 2020).*

Bu nedenle izleyicilerin dikkatini çekmek giderek zorlaşırken günümüzde blog yazarları yeni platformlar keşfetmektedir. Blogcular markalarla işbirliği yaparak çalışmanın yeni yollarını aramaktadırlar. Hem blog yazarları hem de kullanıcılar çok şey öğretmeye ve öğrenmeye başlamışlardır. Konferanslar, çevrimiçi danışmalar ve dersler salgın döneminde daha çok uygulanmaktadır. Bu tarz reklam pazarında nispeten daha az maddiyatın olduğu bilinmektedir.

Son yıllarda, bağlantı satın alma ve SEO metin yazarlığından güçlü bir içerik pazarlaması, SEO, içeriğe dayalı reklamcılık ve SMM grubuna geçiş yönünde bir eğilim olmuştur. Geribildirim ve önerileri teşvik ederek bir ürünün hedef kitleye satışını artırma yöntemleri olarak içerik pazarlaması, SMM ve kitle pazarlamaya (crowd-pazarlama) özel önem verilmektedir (Pylypchuk, 2020). Bu nedenle, dijital pazarlama araçlarının kullanımına yönelik yabancı yaklaşımları incelerken Amerika Birleşik Devletlerine yönelmek faydalı olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri dünyadaki en büyük ve en karlı pazara sahip olan ülkedir ve Amerikan pazarına giren herhangi bir şirketin önüne her şeyden önce büyük kazanma olasılığı açılmaktadır. Temel özellikleri uluslararası yapısı ve büyük boyutlu olmasıdır. Dünyanın her yerinden şirketler yalnızca finansal gücü değil aynı zamanda yüksek rekabetin varlığını da gösteren Amerikan pazarına girmeye çalışmaktadır.

> *Amerikalı müşteriler teknolojiyi kullanmaya alışkındır ve öğrenmeye de isteklidirler. Etkili reklam teknolojileri satmak karlı bir iştir çünkü şirketler pahalı olsa bile yeni rekabet avantajları elde etmekle ilgilenmektedirler. Bir reklam şirketi benzer bir projeyi uygulama konusunda tecrübesi yoksa başarılı bir kampanya vaadiyle bir müşteriyi çekmekle uğraşmaz.*

> *Çünkü işbirliği sağlandıktan sonra projeyi sonuçsuz bırakmak uygun olmayacaktır (Novodvorskaya, 2016).*

Dolayısıyla, Amerikan internet pazarlaması her yönde etkin çalışmakta olduğunu belirtmek gerekmektadir. Pazara giren bir firma, tüm tanıtım kanallarını kullanmaktadır. Entegre bir yaklaşım, kümeli etki nedeniyle çok daha fazla verimlilik sağlamaktadır. Elbette çevrimiçi ve çevrimdışı reklamcılık birlikte kullanıldığında daha da büyük sonuçlar elde edilmektedir.

5 Kırgızistan Pazarında Dijital Pazarlama Eğilimleri

Mal ve hizmetlerin tanıtımına yönelik mevcut tüm araçlar internet pazarlamasına yol açmaktadır. Çünkü pazarlamacıların ilgisi her zaman daha fazla sayıda hedef tüketicinin toplandığı yere odaklanmaktadır. Bugünlerde de internet alanı giderek popülerlik kazanmakta ve önemli sayıda izleyici kitlesini kapsamaktadır. Küresel medya ajansı We Are Social ve sosyal ağları yönetme platformunun geliştiricisi HootSuite, dünya çapında neredeyse dört milyardan fazla insanın interneti kullandığı bir rapor sunmuştur. 2020 sonuna kadar internet kullanıcısı sayısı, 2019 yılının aynı dönemine göre % 7 (+298 milyon) daha fazla kullanıcıya yükselmiştir. Bu oran dünya nüfusunun % 50'i oluşturmaktadır. Kırgızistan internet kullanıcı sayısı nüfusun % 47'i oranındadır (We Are Social ve Hootsuite, 2020b).

İnternete erişmek için yalnızca belirli bir internet sağlayıcısına bağlı bir cihaza sahip olmak yeterli değildir. Aynı zamanda internet alanına erişmeyi sağlayan bir programa sahip olmak da önemlidir. İkamet yeri, cinsiyet, yaşı ve İnternete erişim sağlayan kaynak ne olursa olsun, Kırgızistan nüfusu ana tarayıcı olarak (% 81,5) Google Chrome'u kullanmaktadırlar (M-Vector, 2017). İnterneti kullanma hedeflerine gelince, internet alanında her zevke göre belirli bir yöne sahip birçok site ve uygulama bulunmaktadır. Çoğu zaman internet kullanıcıları arkadaşlarıyla iletişim kurmanın rahat ve kolay bir yolunu sağlayan anlık mesajlaşma programlarını kullanmaktadır. Messenger uygulamalarında kullanıcılar, yalnızca internet erişimi olan ve herhangi bir yerde bulunan dosyaları değiş tokuş edebilmektedir. İnternet kullanıcıları haber sitelerini de ziyaret etmektedir. İnternet kullanımının ilk üçü eğlence ve film web kaynaklarından oluşturmaktadır.

İnternet kullanıcılarının yaşına bağlı olarak sosyal hizmetleri kullanma olasılığında da bir artış bulunmaktadır. Yani bireylerin yaşı yükseldikçe sosyal ağlara gelen yönelim de azalmaktadır. 14-35 yaş arasındaki nüfus, sosyal platformlarının ana kitlesini oluşturmaktadır (M-Vector, 2017). Modern gençler için sosyal ağları kullanmak vazgeçilmez bir hale gelmiştir. Günümüzde gençler, sohbet etmek, alışveriş yapmak veya eğlencenin tadını çıkarmak için sosyal platformları kullanmaktadırlar. Eski nesil ise iletişim, alışveriş ve eğlence konusunda daha muhafazakârlardır; alışmış oldukları yaşam tarzlarını sürdürmeye devam etmektedirler. Bundan kaynaklı olarak sosyal ağ kullanıcılarının yetişkin internet ziyaretçileri arasındaki payı düşüktür.

İnterneti kullanmanın önemli hedefi, sosyal ağlar aracılığıyla akrabalar, arkadaşlar ve tanıdıklarla iletişim kurma yeteneğidir. Bireysel sosyal ağların izleyicileri yıldan yıla istikrarlı bir şekilde büyümektedir. Kırgızistan nüfusunun medya tercihleri araştırma verilerine göre, internet kullanıcılarının yaklaşık % 46'sı sosyal ağ kullanmaktadır (M-Vector, 2017). Günümüzde Kırgızistan'daki reklam pazarı hızla gelişmektedir. Aynı zamanda Kırgız toplumu çok muhafazakâr ve pazarlama tekniklerindeki yeni eğilimleri çok dikkatli bir şekilde algılamaktadır. Tüketicilere odaklanan üreticiler, geleneksel olanların ötesine geçen reklamlar yapma riski taşımamaktadır.

SEO, içeriğe dayalı, görüntülü reklamcılık gibi diğer araçlar da Kırgızistan'daki reklam ajansları ve reklam şirketleri için nispeten yenidir. Bu alanda istikrarlı bir ürüne sahip birkaç büyük medya ajansı bulunmaktadır. İnternet alışveriş pazarı birkaç nedenden dolayı neredeyse tamamen boş durumdadır; Çin'in yakın olması nedeniyle ülkenin ucuz internet mağazalara ihtiyacı yoktur ancak Avrupa ve ABD'den gelen kozmetik ve giyim gibi malların teslimatı talep görmektedir.

> *Reklam pazarının gelişimi "yayılma" («spillover», yabancı reklamların komşu ülkelere serbestçe aktarılması) tarafından da engellenmektedir. Nüfusun büyük bir kısmının Rus TV kanallarını (Kanal Bir, TNT-Asya, Rusya-RTR) izlemesi, yabancı reklam verenlerin Rusya'da reklam yayınlanmaya devam etmesi, Kırgızistan'da reklam için ödeme yapmayı engellemektedir (Nurkiyazova, 2016).*

Çoğu durumda dijital pazarlama araçları Kırgız halkının aile değerlerine, geleneklerine ve kültürüne hitap etmektedir. Örneğin, bankaların tüm reklamlarının çoğu aile değerlerine uygun bir şekilde hazırlanmaktadır. Reklam filmlerinde, arkadaş canlısı bir aile, konfor ve sıcaklık görülmektedir. Ayrıca yeni evliler ya da yaşlıların katılımını da görmek mümkündür. Buradaki ana reklam mesajı şudur, bankamız güvenilir, ideallerine sadık ve geleneklere saygı duymaktadır. Ancak reklam konusu sadece aile temasından ibaret değildir; Kırgız halkının ana gururu olan doğa ve ulusal kültür üzerine inşa edilen reklam içerikleri de bulunmaktadır. Tüm yerli içecek ürün ve mal üreticileri Kırgızistan tarihine ve kendine özgü kültürüne ait olduklarını göstermeye çalışmaktadır. Promosyon videoları, ambalajlar, sloganlar, ürünün orijinalliğini vurgulamak için çabalamaktadır. Su reklamında mutlaka Tien Shan dağları, temiz dağ nehirleri, yaylalar ve Issyk-Kul Gölü vardır.

Yurt, ulusal yemek, ulusal kalıp, kalpak (erkek başlık) görüntüleri, mal ve hizmetlerin tanıtımında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle bir logo seçerken yerel şirketler "ohmo", ulusal kalıpları kullanmayı ve sloganlarda "doğal", "saf", "gelenekler", "halk" gibi kelimeleri kullanmayı tercih etmektedirler. Bu teknikler, Kırgızistan halkının kendi ulusal kimliklerinden dolayı daha iyi çalışmaktadır. Tüketici odaklı şirketler reklamcılık yöntemlerinin yenilikçiliğini ve özgünlüğünü kaybetmektedir. SMM en ucuz internet pazarlama araçlarından biri olarak hızla popülerlik kazanmaktadır. Güzellik salonları, mağazalar, butikler, kafeler ve barlar sosyal ağlarda Instagram, Facebook, Odnoklassniki'de kendi sayfalarına sahip olmaktadır. Çok sayıda SMM ajansı ve bu işi yapan serbest çalışan bulunmaktadır. Şirket profilinin popülerlik kazanması için sayfaları korumak, müşteriyle diyalog kurmak, ücretli reklam vermek ve sürekli olarak ilgi çekmek için bir strateji üzerinde düşünmek gerekmektedir.

6 **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada, reklamın tüketiciler üzerindeki etkisinin ana varlıklarını, dikkat çekme yöntemleri, sosyo-psikolojik yönlerine, uygulanmasının uygunluğu ve pratik reklamcılık faaliyetlerinde gelişmeleri ve araştırmaları uygulama ihtiyacına vurgu yapılmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak, anket seçilmiştir. Anket soruları; çevrimiçi reklamların kalitesini, özelliklerini, ilgi çekiciliğine ve yerleşim yerine göre tercihleri, genel olarak reklamların etkisine olan davranışları ve dijital pazarlama araçları ile iletilen mesajlara yönelik tutumları ölçmeye ve demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Anket formunda katılımcıların çevrimiçi ve çevrimdışı reklamlara karşı davranışlarını ölçen 6 soru, dijital pazarlama unsurları olan İnternet, sosyal medya ve mobil telefonlarına yönelik tutumları ölçmeyi hedefleyen her bir dijital iletişim unsuru için 18'şer soru ve demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 4 soru bulunmaktadır. Katılımcıların çevrimiçi ve çevrimdışı reklamlara karşı davranışlarını ölçen 6 soru anket form oluşturucusu "Anketolog" web sayfasının "Çevrimiçi Reklamcılığın Etkinliğinin Pazarlama Analizi" için tasarlanan anket formundan faydalanılarak anket soruları hazırlanmıştır. Dijital pazarlama unsurlarının kullanımını ölçen toplam 18 soru Emel Sarıtaş tarafından hazırlanan "Tüketici Kuşak ve Değerlerinin Dijital Pazarlama İletişimi Üzerine Etkileri" başlıklı makalesinden faydalanarak anket soruları hazırlanmıştır.

Anket Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan izin alınmak suretiyle anket soruları tesadüfi örneklem yoluyla 450 kişiye uygulanmıştır. Anket soruları Kırgızistan'da elektronik ortamda Google uygulama üzerinden çevrimiçi anket olarak Kasım 2020-Ocak 2021 tarihleri arasında uygulanmıştır. Çalışma örneklem birimi açısından internetin Kırgızistan'da yayılmasıyla beraber dijital dünyanın içinde doğan 15-29 yaş aralığındaki bireyleri kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan anket formunda 18 yaşa kadar, 18-25, 26-35, 36-45,46-55, 56 yaş ve üzeri yaş aralıkları kullanılmıştır. Araştırmanın temel kısıtlarından biri, Kırgızistan'da COVID-19 vakaların çoğalması sebebiyle çok katı bir karantina uygulanması saha çalışması yapmaya engel olmuştur.

Ankete verilen yanıtların IBM SPSS 22.0 paket programıyla analizi yapılmıştır. Verilerin analizinde: Tanımlayıcı istatistikler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma ile sunulmuştur. Parametrik koşullarının sağlanmadığı durumda, iki bağımsız değişkenin aralarındaki farkı incelemek için Mann-Whitney U testinden, ikiden fazla değişkenin aralarındaki farkın araştırılmasında Kruskal Wallis testi

kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon analizi yardımıyla incelenmiş çapraz tablolarla sunulmuştur.

Güvenirlik, bireylerin test maddelerine verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanabilir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018). Güvenirlik, testin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir. Sosyal bilimler alanında birden çok güvenilirlik analizi olmasıyla birlikte bu tekniklerden en popüleri Cronbach Alpha yöntemidir. Cronbach Alpha'ya göre bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için Alpha değerinin en az 0,70 düzeyinde olması gerekmektedir. Anketin genel güvenilirliği 0,81 olarak yüksek bir güvenilirliktedir. ANOVA testi ve Hotelling's T-Squared testleri de bunu onaylamaktadır. Bu sonuç araştırmanın güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırma Kapsamında Oluşturulan Hipotezler:

H_1: Katılımcıların reklam özelliklerini etkili reklam olarak görme durumlarına göre modern internet reklamlarına verdikleri puanlar bakımından aralarından fark vardır.

H_2: Katılımcıların ilgilerini çeken internet reklam mecrasına göre modern internet reklamlarına verdikleri puanlar bakımından aralarından fark vardır.

H_3: Katılımcıların dikkat çekici buldukları internet reklamların yerleştirildiği yere göre modern internet reklamlarına verdikleri puanlar bakımından aralarından fark vardır.

H_4: Katılımcıların dikkat çekici buldukları internet reklam şekillerine göre modern internet reklamlarına verdikleri puanlar bakımından aralarından fark vardır.

H_5: Katılımcıların etkili reklamın niteliklerine göre internet reklamlarının özelliklerine verdikleri önem bakımından aralarından fark vardır.

H_6: Etkili reklam türleri ile dikkat çekici reklam türleri arasında korelasyon vardır.

H_7: Katılımcıların eğitim durumlarına göre modern internet reklamlarının kalitesine verilen puanlar arasında fark vardır.

H_8: En çok dikkat edilen internet reklamların yerleştirildiği yere göre eğitim durumları bakımından fark vardır.

7 Araştırmanın Bulguları

7.1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine Ait Bulgular

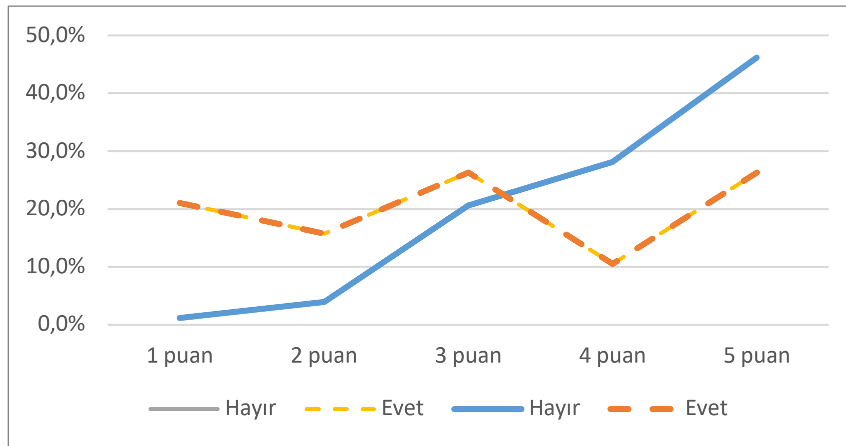
Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Kadın	220	48,9
	Erkek	230	**51,1**
Yaş	18 yaşa kadar	82	18,2
	18-25	84	18,7
	26-35	190	**42,2**
	36-45	55	12,2
	46-55	29	6,4
	56 yaş ve üzeri	10	2,3
Eğitim	Orta Öğretim	95	21,1
	Lisans	312	**69,3**
	Yüksek Lisans, Doktora	43	9,6
Meslek	Özel Sektör	220	**48,9**
	Devlet Kurumu	119	26,4
	Çalışmıyorum	51	11,3
	Öğrenci	38	8,4
	Ev Hanımı	16	3,6
	Emekli	6	1,4

Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların %51,1'ini erkek, %48,9'unu kadınlar oluşturmaktadır. Yaş gruplarında katılımcıların %42,2' si 26-35 yaş aralığında yoğunlaşmakla birlikte %18,7'si 18-25 yaş, %18,2'si 18 yaş altı, %12,2'si 36-45 yaş, %6,4'ü 46-55 yaş, %2,3'ü 56 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. En yüksek katılımı %42,2'lik oranla 26-35 yaş aralığında olan bireyler sağlamıştır. Eğitim durumu değişkeni açısından değerlendirdiğimizde araştırmaya katılanların %69,3'ü lisans mezunları olurken %21,1'i orta öğretim, %9,6'sı yüksek lisans ve doktora mezunları olmuştur. En yüksek katılımı %69,3'lük oranla 312 kişiyle lisans mezunları sağlamıştır. Meslek gruplarına göre dağılımda araştırmaya katılanların geniş kesimi %48,9 ile özel sektör çalışanları olurken, %26,4'ü devlet kurumu çalışanları, %11,3'ü çalışmayan, %8,4'ü öğrenciler, %3,6'sı ev kadınları, %1,4'ü emekliler olarak gerçekleşmiştir. En yüksek katılımı %48,9'luk oranla 220 kişiyle özel sektör çalışanları sağlamıştır.

7.2 Modern İnternet Reklamlarının Değerlendirmesi

Araştırmaya katılanların önemli bir kısmı (%45,3) Modern internet reklamlarının kalitesine 5 üzerinden 5 puan verirken, %27,4' ü 4 puan, %20,9' u 3 puan, %4,4' ü 2 puan ve %2' si oldukça kötü puanı vermiştir. Katılımcıların dikkat çekici buldukları internet reklam şekilleri sorulduğunda İnternet reklamlarından rahatsız olduklarını belirtenlerin %26,3'ü 5 puan, %10,5'i 4 puan, %26,3'ü 3 puan verirken % 15,8' i 2 puan, %21,1'i nin 1puan verdiği görülmektedir.



Şekil 1. Reklamlardan Rahatsız Olduklarını Belirtenlerin Modern İnternet Reklamların Kalitesini Değerlendirme Grafiği

Şekil 1'de görüldüğü üzere İnternet reklamlarından rahatsız olduğunu belirtenler, modern internet reklamlarına %26,3 (5) puan, %26,3 (3) puan ve %21,1 (1) puan olarak dağınık bir değerlendirme yapılmaktadır. İnternet reklamlarından rahatsız olduklarını belirtmeyenlerin %1,2 (1) puan, %3,9 (2) puan, %20,6 (3) puan, %28,1 (4) puan ve %46,2 (5) puan olmak üzere 1'den 5'e doğru ciddi miktarda artış göstererek değerlendirmede bulundukları görülmektedir

Aynı zamanda bu iki değişken arasındaki korelasyonu incelediğimizde (r= --0, 218, p<0,0,1) orta derecede ters yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmekte ve yukarıdaki yorumu destekleyen, internet reklamlarından rahatsız olanların modern internet reklamlarının kalitesine rahatsız olmayanlara göre daha düşük puanlar verdikleri sonucu çıkmaktadır. İnternet reklamlarından rahatsız olduklarını belirtenlerin %36,8'i, modern internet reklamlarının kalitesine 4 ve 5 puan verirken, %36,9'u 1 ve 2 puan vermişlerdir. Her ikisinin de yuvarlandıklarında %37 ile eşitlendiği göz önünde bulundurulduğunda aslında internet reklamlarından rahatsız olan insanların da modern internet reklamlarının kalitesini tahmin edildiği gibi kötü bulmadıkları, hatta iyi buldukları bile söylenebilmektedir.

Eğitim durumlarına göre modern internet reklamlarına verilen puanlar bakımdan fark olduğu görülmektedir (P<0,01). Orta Öğretim mezunları modern internet reklamlarının kalitesine Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora Mezunlarına göre daha yüksek puanlar verdikleri görülmüştür. Lisans Mezunları ise modern internet reklamlarının kalitesine Yüksek Lisans ve Doktora mezunlarına göre daha yüksek puanlar verdikleri görülmüştür (P<0,05).

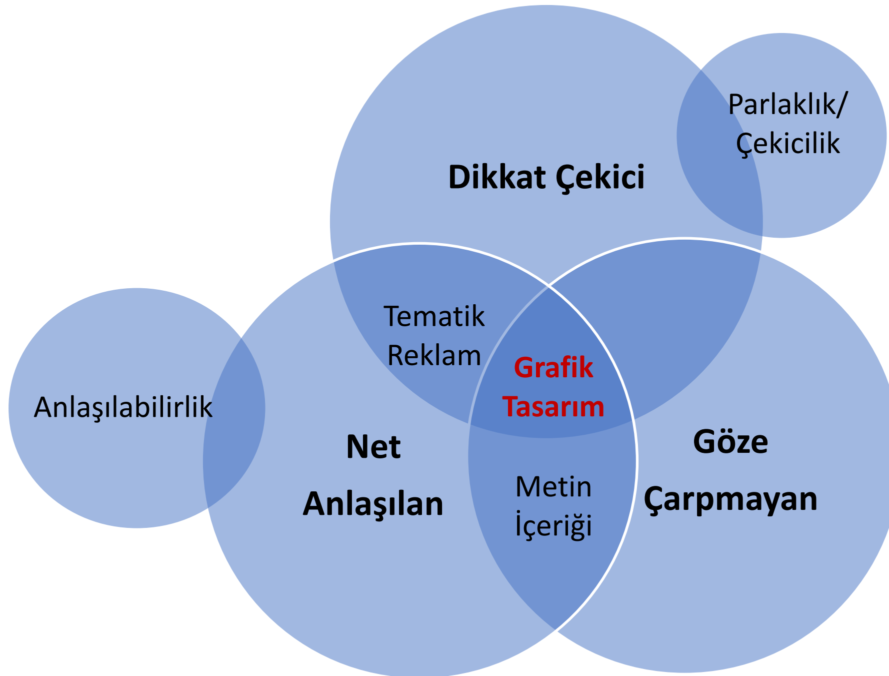
7.3 Etkili Reklamın Niteliklerine Göre İnternet Reklamın Özellikleri

Araştırmaya katılanların %39,3'ü etkili reklam "net reklamdır", %38,8'i "istenilen ürün / hizmetin reklamıdır", %30,8'i "dikkat çekici reklamdır", %27,1' i "göze çarpmayan reklamdır", %2' si "diğer" reklam türleridir cevabı vermiştir. En çok ilgi çeken internet reklam mecrası olarak %59,1 ile "sosyal ağlar" olurken bu sırasıyla "arama motorları" %22,4, "makalede tematik reklamcılık" %19,1, "büyük siteler/portallar" %12,9 oluşturmaktadır. "Hayır, tüm reklamlar beni rahatsız ediyor" cevabı %11,6, "posta ile reklam verme (Abone Ol, MailList)" %1,1 ile takip etmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların "İnternet Reklamlarının Özelliklerinin Önemi" Sorusuna Verdikleri Yanıtlar

	Kesinlikle Önemsiz	Önemsiz	Önemli	Çok Önemli	Kesinlikle Önemli	Yüzde
Grafik Kısım (Tasarım)	8,2	12,9	21,6	14,2	**43,1**	100,0
Metin İçeriği	8,7	12,9	25,1	14,0	**39,3**	100,0
Yerleşim	9,8	15,8	27,3	14,9	**32,2**	100,0
Anlaşılabilirlik	4,9	9,8	23,8	12,0	**49,5**	100,0
Benzersizlik (Orijinallik)	4,9	11,6	22,4	11,3	**49,8**	100,0
Parlaklık / Çekicilik	9,3	13,6	25,3	17,1	**34,7**	100,0
Konu ile ilgili reklam (sitenin konusuyla ilgili reklam)	10,0	14,0	20,4	18,9	**36,7**	100,0

Katılımcılar internet reklamlarının özellikleri olarak görülen Tablo 2'de "benzersizliği (orijinallik)" (%49), "anlaşılabilirliği" (%49,5), "grafik tasarımı" (%43,1), "metin içeriğini" (%39,3), "konu ile ilgili reklam" olmasını (%36,7), "parlaklık/ çekiciliği" (%34,7) kesinlikle önemli olarak değerlendirmişlerdir. Kullanıcıların etkili reklamın niteliklerine göre İnternet reklamlarının özelliklerine verdikleri önem derecesi bakımından fark araştırılmış ve sonuç Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 2. Etkili Reklamın Niteliklerine Göre İnternet Reklamlarının Özelliklerine Verdikleri Önem Derecesi

Şekil 2'de görüldüğü üzere "Etkili reklamın Net-Anlaşılan reklamdır" cevabı verenler "grafik tasarım", "metin içeriği", reklamın "anlaşılabilirlik", reklamın sitenin konusuyla ilgili reklam "tematik reklam" olması özelliklerine daha önemli buldukları görülmektedir. "Etkili reklamın Göze çarpmayan reklamdır" cevabı verenler "grafik tasarım", "metin içeriği" özelliğini daha önemli buldukları görülmektedir. "Etkili reklam Dikkat çekici reklamdır" cevabı verenler "grafik tasarım", "reklamın "parlaklık / çekicilik", reklamın sitenin konusuyla ilgili reklam "tematik reklam"olması özelliğini daha önemli buldukları görülmektedir. Etkili reklam "Net-Anlaşılan", "Göze çarpmayan", "Dikkat çekici" reklamdır cevabı verenler "grafik tasarım" özelliğini daha önemli buldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılanların birden fazla cevap verebildikleri "Hangi reklam sizin dikkatinizi daha çok çekiyor?" sorusuna verdikleri yanıtlar:

Katılımcıların %55,6'sı "sıra dışı, yaratıcı", %44,0'ü "ihtiyacım olan ürünün / hizmetin reklamı", %36,7' si "açık anlaşılan", %14,7' si "canlı", % 13,1' i "sakin" reklamları daha dikkat çekici bulurken %4,2' si reklamlardan rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. "Sıradışı / yaratıcı" reklamı en fazla dikkat çekici bulanlar sırasıyla 36-45 yaş %63,6, 18-25 yaş %61,9, 18 yaş altı %59,8 ve 26-35 yaş %52,6 olurken 56 yaş ve üzeri %70, 46-55 yaş %62,1 dikkat çekici olarak bulmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3. Etkili Reklam Türleri ile Dikkat Çekici Reklam Türleri Arasındaki Korelasyon

		Canlı	Sakin	Sıradışı, Yaratıcı	Açık (Anlaşılan)	İhtiyacım olan ürünün hizmetin reklamı	Hayır, reklam beni rahatsız ediyor
Net reklam (Açık, Anlaşılan)	r	0,039	0,078	0,070	**0,237****	-0,054	-0,011
	p	0,408	0,098	0,137	0,000	0,254	0,821
Göze çarpmayan reklam	r	0,072	0,089	0,073	0,055	0,033	**0,096***
	p	0,126	0,059	0,124	0,247	0,479	0,042
İstenilen ürün / hizmetin reklamı	r	-0,021	0,095*	-0,002	0,008	**0,294****	-0,054
	p	0,650	0,043	0,966	0,868	0,000	0,252
Dikkat çekici reklam	r	**0,294****	0,011	**0,182****	0,040	0,124**	-0,045
	p	0,000	0,815	0,000	0,394	0,008	0,344
Diğer	r	0,120*	-0,008	0,064	0,023	-0,031	**0,128****
	p	0,011	0,858	0,176	0,626	0,516	0,007

Kontrol amaçlı, ikinci soru "Etkili reklam, sizce: " ile 6. soru "Hangi Reklam Sizin dikkatinizi daha çok çekiyor?" arasındaki ilişkiyi korelasyon ile incelediğimizde Tablo 3'te görüldüğü üzere benzer seçeneklerin her iki soru grubunda da aynı yönlü anlamlı ilişkilere sahip oldukları görülmektedir.

"Etkili reklam göze çarpmayan reklamdır", "En çok ilgi çeken internet reklamı makalede tematik reklamcılık" görüşünde olanlar ve tüm reklamlardan rahatsız olanlar modern internet reklamlarının kalitesine daha düşük puanlar verdikleri görülmektedir. "Etkili reklam dikkat çekici reklamdır" ve "En çok ilgi çeken ve dikkat çeken internet reklamı sosyal ağlardır" görüşünde olanlar modern internet reklamlarının kalitesine daha yüksek puanlar verdikleri görülmektedir.

7.4 İnternet Reklamların Yerleştirildiği Yerlerin Dağılımı

Araştırmaya katılanların birden fazla cevap verebildikleri "En çok dikkat ettiğiniz internet reklamların yerleştirildiği yeri belirtin" sorusuna verdikleri yanıtlar: araştırmaya katılanlar, en çok dikkat ettikleri internet reklamların yerleştirildiği yeri olarak %44,4'ü "sosyal ağlar" belirtirken, %32,7' si "sitenin başlığındaki büyük banner", %25,3'ü "herhangi bir bilgi kaynağındaki makalede konu reklam (tematik reklam)", %20,7'si "web sitenin içeriğine uygun reklam (bağlamsal reklam)"lara dikkat ettiklerini, %13,8' i genel olarak internetteki reklamlara dikkat etmediklerini, %8,9'u "sağdaki banner", %5,3' ü "soldaki banner", %5,1' i "posta ile gönderilen reklamlara" dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4. Yaş Gruplarına Göre "En Çok Dikkat Edilen İnternet Reklamların" Yerleştirildiği Yerlerin Dağılımı

	Yaş						
	18 Yaş Altı	18-25 Yaş	26-35 Yaş	36-45 Yaş	46-55 yaş	56 Yaş ve üzeri	Toplam
Sitenin başlığındaki büyük banner	**32,93**	**30,95**	**35,26**	**38,18**	17,24	10,00	**32,67**
Soldaki banner	4,88	5,95	6,32	1,82	3,45	10,00	**5,33**
Sağdaki banner	10,98	7,14	6,84	9,09	17,24	20,00	**8,89**
Posta ile gönderilen reklam	6,10	4,76	4,74	3,64	6,90	10,00	5,11
Web sitenin içeriğine uygun reklam	23,17	14,29	20,53	**29,09**	17,24	20,00	20,67
Herhangi bir bilgi kaynağındaki makalede konu reklam	29,27	23,81	25,79	23,64	24,14	10,00	25,33
Sosyal ağdaki reklam	**52,44**	**39,29**	**41,58**	**47,27**	**41,38**	**70,00**	**44,44**
Genel olarak internetteki reklamlara dikkat etmiyorum	15,85	**25,00**	7,89	18,18	6,90	10,00	13,78

Katılımcıların yaş gruplarına göre en çok dikkat edilen internet reklamların yerleştirildiği yerlerin dağılımı incelendiğinde Tablo 4'te görüldüğü üzere 18 yaş altı katılımcıların %52,44' ü dikkat çekici olarak "sosyal ağdaki reklam"ı belirtirken %32,93'ü "sitenin başlığındaki büyük bannerı" dikkat çekici olarak belirtmiştir. 18-25 yaş grubunda %39,29'u "sosyal ağdaki" reklamları, %30,95' i "sitenin başlığındaki büyük bannerı", 26-35 yaş grubunda %41,58' i "sosyal ağdaki reklam"ları, %35,26' sı "sitenin başlığındaki büyük bannerı", 36-45 yaş grubunda %47,27'si "sosyal ağdaki reklam"ları, %38,18' i "sitenin baslığındaki büyük bannerı", 46-55 yaş grubunda %41,38' i "sosyal ağdaki reklam"ları, 56 yaş ve üzeri grupta %70' i "sosyal ağdaki reklam"ları daha dikkat çekici bulduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla tüm yaş gruplarında "sosyal ağdaki reklam"ların en çok dikkat çekici reklam alanı olduğu dikkat çekmektedir. Genel olarak internetteki reklamlara dikkat etmediğini belirtenlerin oranının 18-25 yaş grubunda diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre orta öğretim mezunlarının %47,4'ü "sosyal medyadaki reklam"ları dikkat çekici bulurken, lisans mezunlarının %44,4'ü "sosyal medyadaki reklam"ları %33,5'i "sitenin başlığındaki büyük bannerı", yüksek lisans ve üzeri mezunlarının %42,9'u "web sitesinin içeriğine uygun reklamı", %40,5' i "herhangi bir bilgi kaynağındaki makaledeki konu reklamını", %38,1'i sosyal medyadaki reklamları %35,7' si sitenin başlığındaki büyük bannerı dikkat çekici bulduklarını belirtmişlerdir. Eğitim durumu arttıkça web sitelerinde ve makalelerdeki reklamları dikkat çekici bulma durumları artmaktadır. En çok dikkat edilen internet reklamların yerleştirildiği yere göre eğitim durumları arasındaki farkı incelediğimizde eğitim durumu yüksek olanların "web sitenin içeriğine uygun reklamları" ve "makalede konu reklamlar"ını dikkat çekici buldukları görülmüştür.

Her an çeşitli kitle iletişim araçları ile bireylere pazarlama mesajları iletilmektedir. Aşağıda katılımcılara Internet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajları hakkında ne düşünüp, nasıl bir tutum içinde olduklarını öğrenmek için sorular sorulmuştur. Katılımcılar her bir soruyu internet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen mesajlar için ayrı ayrı cevaplamışlardır.

Tablo 5. Araştırmaya Katılanların, "İnternet, Sosyal Medya ve Cep Telefonu ile İletilen Pazarlama Mesajları" İçin En Yüksek Tercih Edildiği Konular

		%
Sosyal medya	Ürünler hakkında güncel bilgilere ulaşmak için iyi bir kaynaktır	62,0
	İnsanları gülümsetir ve eğlence değeri vardır	62,0
	En son çıkan ürünler ve nerede bulabileceğimi konusunda beni bilgilendirir	60,9
	Benim yaşam tarzımı yansıtan insanların ne satın alıp neyi kullandıklarını söyler	59,3
	Ürün bilgilerini elde etmek için uygun bir kaynaktır	58,9
	Diğer insanları etkilemek için modayı takip etmemde yardımcı olur	58,9
İnternet	Ürün bilgilerini sağlar	49,1
	Ürün bilgilerini elde etmek için uygun bir kaynaktır	48,7
	Ürünler hakkında güncel bilgilere ulaşmak için iyi bir kaynaktır	42,2
	En son çıkan ürünler ve nerede bulabileceğimi konusunda beni bilgilendirir	41,3
	Gördüklerimi duyduklarımı ve okuduklarımı düşünmek hoşuma gider	40,9
Cep telefonu	İletilen mesaj doğrudur	20,7
	İletilen mesaj güvenilirdir	19,8
	İletilen mesaj inandırıcıdır	17,8
Hiçbiri	İletilen mesaj güvenilirdir	19,8
	İletilen mesaj doğrudur	16,7
	İletilen mesaj inandırıcıdır	19,1
	Hangi ürünün benim kişiliğimi yansıtacağı hakkında bilgi verir	18,4
	Mesajlar aldatıcıdır	15,1
	Mesajlar kafa karıştırıcıdır	14,9
	Mesajlar rahatsız edicidir	14,7

7.5 İnternet, Sosyal Medya ve Cep Telefonu ile İletilen Pazarlama Mesajları

Tablo 5'te görüldüğü üzere sosyal medya ile iletilen pazarlama mesajları "ürünler hakkında güncel bilgilere ulaşmak" (%62,0) ve "ürün bilgilerini elde etmek" (%58,9) için iyi bir kaynak omaktadır. Sosyal medya, insanları "en son çıkan ürünler ve nerede bulabilecekleri konusunda bilgilendirmenin" (%60,9) yanı sıra "gülümsetmekte ve eğlendirmektedir" (%62,0). Sosyal medya, "yaşam tarzını yansıtan insanların ne satın alıp neyi kullandıklarını" söylemekte (%59,3) ve "diğer insanları etkilemek için modayı takip etmelerinde" yardımcı olmaktadır (%58,9).

İnternet ile iletilen pazarlama mesajları "ürün bilgilerini sağlamak" (%49,1), "ürün bilgilerini elde etmek" (%48,7) ve "ürünler hakkında güncel bilgilere ulaşmak" (%42,2) için iyi bir kaynak omaktadır. İnternet ile iletilen pazarlama mesajları "En son çıkan ürünler ve nerede bulabileceğimi konusunda beni bilgilendirir" (%41,3) ve "Gördüklerimi, duyduklarımı ve okuduklarımı düşünmek hoşuma gider" (%40,9) daha çok tercih edildiği konular olmaktadır.

Cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajları doğrudur (%20,7), güvenilirdir (%19,8), inandırıcıdır (%17,8) olduğu belirtilmiştir. İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının tercih etmedikleri konular: "Hangi ürünün benim kişiliğimi yansıtacağı hakkında bilgi verir" (%18,4), "İletilen mesaj güvenilirdir" (%19,8), "doğrudur" (%16,7), "inandırıcıdır" (%19,1) ve Mesajlar "aldatıcıdır" (%15,1), " kafa karıştırıcıdır" (%14,9), "rahatsız edicidir" (%14,7) olduğu belirtilmiştir.

Tablo 6. Modern İnternet Reklamlarına Verilen Puanlar ile Arasında Korelasyon Bulunan Sorular

	r	p
Eğitim Durumu	-0,119	0,012
Etkili reklam, göze çarpmayan reklamdır	-0,242	0,000
Etkili reklam, dikkat çekici reklam	0,137	0,004
En çok ilgimi çeken internet reklamı sosyal ağlardadır	0,268	0,000
En çok ilgimi çeken internet reklamı makalede tematik reklamcılık	-0,114	0,016
Tüm reklamlar beni rahatsız ediyor	-0,249	0,000
Sosyal ağdaki reklamlar en çok dikkat ettiğim internet reklamların yerleştirildiği yerdir	0,142	0,003
Genel olarak internetteki reklamlara dikkat etmiyorum	-0,243	0,000
Canlı reklam dikkatimi daha çok çekiyor	0,098	0,038
Hayır, reklam beni rahatsız ediyor	-0,218	0,000
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Diğer insanları etkilemek için modayı takip etmemde yardımcı olmaz	-0,096	0,041
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Hangi ürünün benim kişiliğimi yansıtacağı hakkında bilgi vermez	-0,114	0,016
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Diğer iletişim yollarına göre daha ilgi çekici değildir.	-0,115	0,015
Sosyal medyada iletilen pazarlama mesaj güvenilirdir	0,093	0,049
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Pazarlama kanallarının hiçbirisi ile iletilen mesaj güvenilir değildir	-0,164	0,000
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Pazarlama kanallarının hiçbirisi ile iletilen mesaj doğru değildir	-0,173	0,000
İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri Pazarlama kanallarının hiçbirisi ile iletilen mesaj inandırıcı değildir	-0,147	0,002
Eğitim Durumu	-0,119	0,012

Tablo 5'te görüldüğü üzere modern internet reklamların kalitesine verilen puanlar ile eğitim seviyesi arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki vardır ($r= -0,119$, $p<0,05$). Modern İnternet Reklamların kalitesini değerlendirirken eğitim seviyesi arttıkça modern internet reklamlarına olan beğeni azalmaktadır. Aynı şekilde eğitim seviyesi düşük olanların internet reklamlarını beğenileri de yüksek olmaktadır. Orta Öğretim mezunlarının lisans mezunları ile yüksek lisans ve doktora mezunlarına göre, lisans mezunlarının da yüksek lisans ve doktora mezunlarına göre daha yüksek puanlar verdiklerinin görülmüştür.

Modern internet reklamların kalitesine verilen puanlar ile "Etkili reklam göze çarpmayan reklamdır", "En çok ilgi çeken internet reklamı makalede tematik reklamcılık", tüm reklamlardan rahatsız olanlar, "Yerleştirildiği yer bakımından genel olarak internetteki reklamlara dikkat etmeyenler", "İnternet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri ile iletilen mesaj güvenilir değildir, doğru değildir, inandırıcı değildir" cevabı verenler arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki vardır ve modern İnternet reklamların kalitesine düşük puanlar verdikleri söylenebilmektedir.

Modern internet reklamların kalitesine verilen puanlar ile "Etkili reklam dikkat çekici reklamdır", "En çok ilgi çeken ve yerleştirildiği yer olarak da en çok dikkat çeken internet reklamı sosyal ağlar", "Canlı reklam dikkatimi daha çok çekiyor", "Sosyal medyada iletilen pazarlama mesaj güvenilirdir" cevabı verenler arasında aynı yönlü anlamlı bir ilişki vardır ve modern internet reklamlarına yüksek puan verdikleri görülmektedir. Modern internet reklamların kalitesine verilen puanlar ile Internet, sosyal medya ve cep telefonu ile iletilen pazarlama mesajlarının hiçbiri "Diğer insanları etkilemek için modayı takip etmemde yardımcı olmaz", "Hangi ürünün benim kişiliğimi yansıtacağı hakkında bilgi vermez", "Diğer iletişim yollarına göre daha ilgi çekici değildir" cevabı verenler arasında ters

yönlü anlamlı bir ilişki vardır ve modern internet reklamların kalitesine daha yüksek puanlar verdikleri anlaşılmaktadır.

8 Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonuçlarına göre, pazarlama iletişim politikasının yeni araçları ve tüketicileri çekme yolları dijital pazarlamanın dinamik gelişimi nedeniyle oluştuğunu belirtmek gerekmektedir. Dijital pazarlama araçları, ürünleri modern pazarda tanıtmanın yeni yollarını yaratmakta ve müşteri edinme hızını artırmaktadır. Tüketiciler ise dijital kanalları benimsemede daha hızlı olan markalara öncelik vermekte, bu durum da pazarlamayı geliştirmeye zorlamaktadır. Dijital pazarlama, maksimum ticari sonucun optimal bir şekilde elde edilmesine yardımcı olmakta yani paradan tasarruf etmeyi ve gereksiz harcamalardan kaçınmayı mümkün kılmaktadır.

Dijital araçlar, internet pazarlama araçlarıyla yakından ilgilidir. İnternet pazarlama araçlarıyla karşılaştırıldığında, modern pazarda ürünleri tanıtırken dijital araçların avantajı, geleneksel ağ teknolojilerine ek olarak, çevrimdışı ortamda bile hedef kitlenin dikkatini çekmeye olanak tanıyan bir dizi yeni tekniğe dayanmaktadır. Çevrimdışıdan çevrimiçine hızlı geçişin arkasındaki faktörlerden biri COVID-19 salgını olmuştur. Salgın döneminde pazarlama piyasası kendisini ikili bir konumda bulmuştur. Bir yandan işletmeler genel krizin reklam maliyetlerini düşürmeye çalışıyorken, öte yandan çevrimiçi ticaret yoluyla hayatta kalmaya çalışmışlardır. Bütün bunlar, pazarlama tanıtımı gerekli kılmaktadır.

Kırgızistan'da da COVID-19 salgını döneminde sosyal ağların rolü önemli ölçüde artmıştır. İnsanlar her türlü içeriği kullanmakta ve daha önce sosyal medyayı neredeyse hiç kullanmayanlar bu dönemde sosyal medya kullanmaya başlamışlardır. Bu durum reklam araçlarının gelişimini hızlandırmak için şirketlere bir teşvik olmaktadır. Şirketler böylece hedef kitleyi daha iyi bölümlere ayırmakta ve kullanıcıların anlık ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Birçok şirket COVID-19 salgını nedeniyle stratejilerini değiştirmek ve çevrimiçi kanallarını genişletmek zorunda kalmıştır. Bunun yanı sıra iade etme seçenekleri, siparişleri teslimat noktalarından teslim alma ve ayrıca temassız alışveriş imkânına da önem verilmiştir.

Kırgızistan'ın modern yerel dijital pazarlama pazarının ayırt edici özelliği Batı ülkelerine kıyasla yeniliği olmaktadır. Dijital pazarlama araçları Kırgızistan'a Batı'dan gelmiştir ancak her birinin optimizasyonu ve özelleştirilmesi kendi ulusal özelliklerine sahiptir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin sadece yarısının ticari bir web sitesi varken, Avrupa Birliği ve Amerika'da işletmeleri internet kaynağı kullanarak başarılı bir şekilde tanıtılabilmektedir.

Çoğu zaman Kırgızistan internet kullanıcıları, arkadaşlarıyla iletişim kurmanın uygun ve kolay bir yolunu sağlayan anlık mesajlaşma programlarını kullanmaktadır. Bunlardan büyük çoğunluğu da WhatsApp uygulamasını kullanmaktadır. Nispeten yeni bir iletişim yolu olan uygulama, düzenli olarak güncellenmekte ve Kırgızistan'da artan bir izleyici kitlesi kazanmaktadır. E-mail siteleri arasında en çok kullanılan rus servisi Mail.ru ve en popüler sosyal medya siteleri arasındaki ağlar Odnoklassniki, Instagram ve Facebook olmaktadır. Odnoklassniki ve Facebook, insanlarla iletişim kurma fırsatı ile haberleri ve faydalı bilgileri paylaşma özeliğinden dolayı kullanıcıları cezbetmektedir. Her iki sitenin de hemen hemen aynı hizmetleri sağlamasına rağmen, insanlar Amerikan yerine Rus kökenli uygulamayı tercih etmektedir. Instagram, insanların çeşitli fotoğraf ve video materyallerini paylaşmaları için farklı seçenekler sunmaktadır. Web tasarımı, programlama ve site geliştirme Kırgızistan'da bir internet kaynağı oluşturma ve optimize etme sürecinde internet pazarlamacıları, web tasarımcıları ve programcılar tarafından kullanılan küresel teknolojiler ve trendlerden kaynaklanmaktadır.

Kırgızistan'daki dijital reklamların tüketici davranışlarına etkisi üzerine yapılan araştırmadan elde edilen bulgulara göre, internet ile iletilen pazarlama mesajları ile sosyal medya ile iletilen pazarlama mesajlarının birbirlerine en yaklaştıkları konular, "iletilen mesajların doğru ve inandırıcı olarak algılanması" ve "ürün bilgileri sağlaması" konuları olduğu görülmüştür. İnsanlar internet ve sosyal medya üzerinden alınan mesajlara güvendikleri ve ürünle ilgili bilgi edindikleri anlamına gelmektedir. Frekans tabloları da incelendiğinde, sosyal medyada iletilen mesajların internet, cep telefonu ve diğer pazarlama araçlarına göre daha güvenilir bulunduğu görülmüştür.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, "makalede tematik reklamcılığı" ilgi çekici bulanlar modern internet reklamların kalitesine daha düşük puanlar verdikleri görülmektedir. Bu da muhtemelen "makale içindeki reklamların" sosyal ağlardaki gibi beklemeye /sayfa kaydırmaya gerek duyulmamasından, yani reklam kenarda dururken okumaya devam edilebilmesinden kaynaklanmaktadır. Göze çarpan dikkat çekici, canlı reklamları görmek istediklerinden kaynaklanması da düşünülebilmektedir. Ama insanların göze çarpmayan reklam istedikleri diğer verilerle kıyaslandığında bu sadece reklam görmek istemediklerinden kaynaklanmaktadır.

Yüksek eğitime sahip olanların sosyal medyaya daha az zaman ayırdıkları ortaya koyulmuştur. Amaç doğrultusunda web sitelerinde araştırma amaçlı daha fazla bulunmaları nedeniyle web sitelerindeki makaleler ve bilgi kaynaklarındaki reklamları daha çok gördüklerinden kaynaklanmaktadır. 56 yaş ve üzeri emeklilerin web sayfalarında iş gereği araştırma ya da çalışma yapmak yerine, sosyal medyada göreceli olarak daha fazla zaman geçirdiklerini, 26-35 ve 36-45 yaş grubundaki özel sektör çalışanlarının ise mesleki ya da ihtiyaçları doğrultusunda sosyal medyadaki reklamlara daha fazla dikkat ettikleri söylenebilmektedir. Aynı şekilde 26-45 yaş aralığındakilerin posta ile gönderilen reklamlara zaman ayıramadıkları ancak iş gereği web sayfalarında daha fazla zaman geçirdikleri için web sitesinin içeriğine uygun reklamlara daha dikkat ettikleri görülmüştür.

İnternet reklamlarından rahatsız olduklarını belirtenlerin %36,8'i, modern internet reklamlarının kalitesine 4 ve 5 puan verirken, %36,9'u 1 ve 2 puan vermişlerdir. Her ikisinin de yuvarlandıklarında %37 ile eşitlendiği göz önünde bulundurulduğunda aslında internet reklamlarından rahatsız olan insanların da modern internet reklamlarının kalitesini tahmin edildiği gibi kötü bulmadıkları, hatta iyi buldukları bile söylenebilmektedir.

Kırgızistan'da dijital pazarlamanın büyümesi için beklentilerin yüksek olduğu söylenebilmektedir. Mobil pazarlama segmenti, mobil internet hacmindeki artışla birlikte büyümeye devam etmektedir. Bu nedenle kullanım kolaylığı için sitenin mobil versiyonunun oluşturulmasına dikkat etmek önemlidir. Her şeyden önce şirketin internetteki pazarlama kampanyasının bütçesini belirlemesi gerekmektedir. Çok kanallı bir yaklaşım, iyi optimize edilmiş reklamcılıkla birikmiş bir etki ve en iyi müşteri edinme olanağını sağlayacaktır. Örneğin, küçük yatırımlar bile bir Kırgız şirketinin sosyal ağlarda tanıtım kanalları oluşturmasına, içeriğe dayalı reklamlar oluşturmasına ve pazarlama kampanya stratejileri yapmasına olanak sağlayacaktır. İçerik pazarlaması, çevrimiçi reklam kampanyası stratejisinde birinci sırada yer almaktadır. Metin gönderileri, ürün veya hizmet resimleri, videolar gibi bilgiler ne kadar ilgi çekici olursa, o kadar da sosyal medya araçlarını kullanarak projeye sempati göstermeye veya arkadaşlarıyla bir reklam paylaşmaya daha fazla insan ilgi duyacaktır. Üstelik bir kitleyi çekmek için bütçeden de önemli ölçüde tasarruf sağlamaktadır.

Modern pazar ortamında rekabet, dijital teknolojilerin gelişimine ve genişlemesine teşvik etmektedir. Tüketici için mücadelede, mal ve hizmetlerin tanıtılması ve konumlandırılması sürecinde dijital araçların kullanımını gerektirmektedir. Bununla birlikte dijital araçlar da ürünün özelliklerine göre seçilmektedir. Dijital araçlar internet erişimi olan tüm mobil, taşınabilir ve diğer cihazlar tarafından kullanıldığına göre bu araçların uygulama kapsamı, gerçek bir ortama geçiş nedeniyle genişletilmektedir. Dolayısıyla hedef kitle de modern gadget sahipleri nedeniyle genel olarak toplumun bilgilendirilmesi bağlamında pazarlama faaliyetlerinin verimliliğini artırmaktadır.

Sonuç olarak, bir ürünü modern pazarda tanıtma sürecinde dijital araçları kullanmanın uygunluğu not edilebilmektedir. Dijital pazarlamanın benzersiz yetenekleri bilim ve teknolojideki modern gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda dijital araçların internet pazarlama araçlarına göre avantajlarını da belirlenmektedir. Dolayısıyla, dijital pazarlama, Kırgızistan dâhil olmak üzere tüm dünyada mevcut reklamcılık faaliyetlerinin en umut verici tarafı olarak kabul edilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça/ References

Alekseev, I. V. (2016). *Цифровая экономика: особенности и тенденции развития электронного взаимодействия / Актуальные направления научных исследований: от теории к практике. (Dijital ekonomi: Elektronik etkileşimin gelişimindeki özellikler ve eğilimler/ Bilimsel araştırmanın gerçek yönleri: Teoriden uygulamaya).* Cheboksary.

Danko, T. P. (2019). *Вопросы развития цифрового маркетинга. (Geniş pazarlama geliştirme sorunları)*. Erişim adresi: https://cyberleninka.ru/article/n/voprosyrazvitiya-tsifrovogo-marketinga.

Kodzhaspirova, G. M. ve Kodjaspirov, A. Yu. (2001). *Педагогический словарь: Для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений. (Pedagojik sözlük: Öğrenciler için).* Yayınevi "Akademi".

Kaznina, O. V. (2015). *Современные методы продвижения бренда: digital-брендинг / Бренд-менеджмент. (Modern marka tanıtım yöntemleri: Dijital markalaşma / Marka yönetimi)*. Moskova.

M-VECTOR. (2017). *Kamu Fonu "Soros Kırgızistan", Internews Network Temsilcileri, Медиа-предпочтения населения Кыргызстана (8-я волна), (Kırgızistan nüfusunun medya tercihleri (8. dalga).* Bişkek.

Nurkiyazoda, S. (2016). *Почему рекламный рынок Кыргызстана такой маленький. (Kırgızistan'daki reklam pazarı neden bu kadar küçük?*). Erişim adresi: http://enot.kg/mag/city/365-pochemu-reklamnyy-rynokkyrgyzstana-takoy-malenkiy.

Novodvorskaya, D. V. (2016). *Мировой Опыт Применения Интернет-Маркетинга В Продвижении Продукции И Перспективы России (Ürün tanıtımında internet pazarlamasını kullanma dünya deneyimi ve Rusya için beklentiler).* St. Petersburg.

Pylypchuk, İ. (2020). *Крауд-маркетинг (crowd-marketing) и его использование в электронной коммерции. (Kitle pazarlama ve e-ticarette kullanımı).* Erişim adresi: https://www.imagecms.net/blog/internet-marketing/kraud-marketing-crowd-marketing-i-ego-ispolzovanie-v-elektronnoi-kommertsii.

Pfanstil, İ. (2019). *Свежая SMM статистика для маркетологов: Rusabiluty. 2016. (Pazarlamacılar için yeni SMM istatistikleri: Rusabiluty. 2016).* Erişim adresi: https://rusability.ru/ internet-marketing/svezhaya-smm-statistika-dlya-marketologov.

Sewell, K. ve Brown, P. (2016). *Клиенты на всю жизнь. (Yaşam için müşteriler).* St. Petersburg.

Solovyova, Yu N.(2015). *Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики / Маркетинг Менеджмент в цифровой экономике №2. (Dijital ekonomide pazarlama yetkinliğinin gelişim yönleri /Dijital ekonomide pazarlama yönetimi No. 2).*

Sopina, D. (2017). *"Что такое Digital Marketing и зачем он бизнесу". (Dijital pazarlama nedir ve neden iş için kullanılır).* Erişim adresi: https://internet-marketings.ru/digital-marketing.

Terekhov, A. (2020). *Как Covid-19 влияет на маркетинг влияния в США. (Covid-19 ABD'de influencer pazarlamasını nasıl etkiliyor).* Erişim adresi: https://www.cossa.ru/lenta/266095/

We Are Social ve Hootsuite. (2020a). *Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around The World Digital in 2020.*

We Are Social ve Hootsuite. (2020b). *Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use / Digital in Kyrgyzistan 2020.*

Virin, F. Yu. (2010). Интернет–маркетинг: полный сборник практических инструментов. (İnternet pazarlama: pratik araçların tam bir koleksiyonu). Moskova.

Yıldız D. ve Uzunsakal E. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi,* (1).

Zolotarev, N. S. (2018). *Возможности цифрового маркетинга в условиях ужесточения конкуренции за потребителя. (Tüketici için artan rekabet karşısında dijital pazarlama fırsatları).* Ekaterinburg.

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam
dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 157-172
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.4

Araştırma Makalesi ◆ Research Article

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**

Adaptation of Intercultural Sensitivity Scale to the Turkish Language: A Study on College Students

Kasım YILDIRIM* **Savaş ÇAĞLAYAN†**

0000-0003-1406-709X. 0000-0001-6879-5039

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 24. 04. 2022
Düzeltme Talebi: 29. 06. 2022
Son Düzeltme: 14. 07. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Sosyoloji
Duyarlılık
Kültürlerarası duyarlılık
Ölçek uyarlama
Çok kültürlülük

ÖZ

Kültürel farklılıkları bilme ve anlama, yaşam kalitesi ve sosyal kültürel iyi oluş hali için çok önemlidir. Çünkü bu süreç farklı kültürlerden insanların kültürlerarası diyalog vasıtası ile toplumsal anlama ve kabul perspektifinin gelişimine katkıda bulunmalarına yardımcı olur. Bu kültürlerarası anlamayı geliştirmek için gerekli olan becerilerden birisi de kültürlerarası duyarlılıktır. Bu çalışmanın amacı kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin Türkçe diline uyarlamasına yönelik geçerlilik ve güvenirlilik çalışmalarını gerçekleştirmektir. Faktör analizi ve güvenirlik çalışmaları için 375 üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Yapılan çalışmalarda 35 maddeden oluşan altı faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Uyarlanan ölçme aracının iç tutarlılık katsayısı tüm ölçek için .82 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin alt faktörlerine ilişkin güvenirlik değerlerinin .50 ve .69 arasında değiştiği görülmektedir. Güvenirlilikle ilgili çok yüksek değerler ortaya çıkmamasına rağmen ölçeğin alt faktörlerine ilişkin güvenirlilik değerlerin kabul edilebilir sınırlarda olduğu ifade edilebilir. Başka bir deyişle ölçekteki maddelerin birbirleriyle ilişkili (homojen) olduğu ve aynı yapıyı ölçtüğü söylenebilir. Bunun yanında yapılan doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum iyilik değerleri (CFI, TLI, RMSA, SRMR) uyarlanan ölçeğin bu yapıda Türkçe dili kontekstinde de kullanılabileceğini göstermiştir.

ARTICLE INFO

Submitted: 24. 04. 2022
Revision Requested: 29. 06. 2022
Final Revision Received: 14. 07. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Sociology
Sensitivity
Intercultural sensitivity
Scale adaptation
Multiculturalism

ABSTRACT

Knowledge and comprehension of cultural differences are vital for life quality and sociocultural well-being since it allows people from different cultures to contribute to the development of the community from a perspective of understanding and acceptance through intercultural dialogue. One of the skills to develop this understanding is intercultural sensitivity. This study aims to conduct validity and reliability studies for adapting the intercultural sensitivity scale to The Turkish language. Data were collected from 375 university students for factor analysis and reliability studies. In the studies, a six-factor structure consisting of 35 items was obtained. The internal consistency coefficient of the adapted measurement tool was calculated as .82 for the whole scale. It is seen that the reliability values of the subscales of the full scale varied between .50 and .69. Although high values for reliability did not emerge, it can be stated that the reliability values for the subscales were within acceptable limits. In other words, it can be said that the items in the scale are related (homogeneous) and measure the same structure. In addition, the goodness of fit values (CFI, TLI, RMSA, SRMR) obtained from the confirmatory factor analysis showed that the adapted scale could also be used in the Turkish language context in this structure.

**Bu makale, 1. yazarın 2019 yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsünde tamamladığı "Üniversite Öğrencilerinin Kültürlerarası Duyarlılık Algıları: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği" isimli yüksek lisans tezinin bir bölümünün genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

*1**Yazar İletişim/ Corresponding Author**: Kasım Yıldırım (Prof. Dr.) Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Menteşe-Muğla, Türkiye kasimyildirim@mu.edu.tr

†2 Savaş Çağlayan (Dr.) Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Menteşe-Muğla, Türkiye savascaglayan@mu.edu.tr

Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Yıldırım, K. ve Çağlayan, S. (2022). Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 3*(2), 157-172. doi:10.52108/2757-5942.3.2.4

1 Giriş

Küreselleşme ve insan hareketliliğindeki artış (Kaya vd., 2021) hiç olmadığı kadar farklı kültürlerden bireylerin daha yakın etkileşime ve iletişime girmesini sağlamaktadır. Kapitalizmin devresel krizleri, savaşlar, iç çatışmalar, iklim değişiklikleri ve ortaya çıkan kuraklık, salgınlar, ürün tedarik zincirindeki aksamalar vb. olumsuzlukların yanında; teknolojideki gelişmeler, öğrenci değişim programları, ulaşımdaki kolaylık, farklı ülkelerdeki iş fırsatları, farklı kültür, etnik ve inançsal geçmişe sahip insanları bir araya getirmektedir (Verkuyten ve Yogeeswaran, 2020; Zhang ve Han, 2019). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devasa yenilikler, çağımız insanlarının daha kolay ve hızlı yer değiştirmelerinin önünü açmıştır. Küresel ölçekte ortaya çıkan bu yoğun hareketlilik nedeniyle Castles, Hass ve Miller (2014) içinde bulunduğumuz çağı göçler çağı olarak adlandırırken Papastergiadis (2000) günümüzde yaşanan yer değiştirmeleri göç türbülansı olarak tanımlayarak küreselleşme ve göçmenlik koşullarının kalıcı olacağının ifade etmektedir.

Yukarıda ifade edilen bu yeni gerçeklikler, kültürlerarası duyarlılık becerisini toplumsal yaşamda daha da önemli hale getirmiştir. Ortaya çıkan hareketlilik ve farklı kültür, etnik, inanç geçmişinden gelen insanlar arasından yaşanan yeni etkileşimler algı bağlamında da farklı sonuçların ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Yıldırım, 2019). Tabi ki burada derinlemesine olarak bunun nedenlerine girilmeyecek ancak bu çalışmanın da ana odak noktası olan kültürlerarası duyarlılık düzeyi, bu durumun nedenlerinden biri olarak ifade edilmektedir (Bennet, 1993; Wang, 2013).

Dünyada farklı sebeplerden dolayı göçmen sayılarında gerçekleşen artış, her ulusun farklı kültürlerden insanlarla nasıl etkileşim kurulması gerektiği noktasında ve farklı çevrelerde etkili bir şekilde çalışabilecek yeterliliklere ve becerilere sahip insan gücü talebini artırmaktadır (Kuada, 2004). Farklı kültürel deneyimlerden gelen insanlarla etkili iletişim kurabilme yanında farklı kültürleri anlayabilme ve o kültürler arasında aracılık pozisyonda olabilme, günümüz dünyasının hem insan profilini tanımlamakta hem de beklentilerini karşılamaktadır (Sarli ve Phillimore, 2022). Kültürel çeşitliliğe yönelik uzun süreli ve anlamlı deneyimler, kültürlerarası duyarlılığımızı ve yeterliliğimizi besleyen ve şekillendiren en önemli kaynaklardan biridir (Chen, 2010; Deardorff, 2009). Araştırmacılar bu sürecin gelişiminin doğrusal bir yapıda olmadığını, durağanlığın ve gerilemelerin yer aldığı bir yapıdan oluştuğunu ifade etmektedirler (Fantini, 2009).

Küreselleşme, yaşanan olaylar, yeni gelişmeler ve beraberinde ortaya çıkan insan hareketliliği kültürlerarası duyarlılığı daha da önemli hale getirmektedir (Monroe ve Ruan, 2018). Türkiye'nin şu anki şartları da göz önünde bulundurulduğunda kültürlerarası duyarlılık kavramının ne kadar önemli hale geldiği daha da kolay anlaşılacaktır. Diğer kültürler hakkında bilgi sahibi olmak, kültürlerarası duyarlılığın oluşmasını sağlamamaktadır. Kültürlerarası duyarlılık aynı zamanda birinin bu sürece yönelik gelişmekte olan becerilerini, tutumlarını, farklı kültürlerden insanlarla olan etkileşimlerini de kapsamaktadır. Chen ve Starosta (1996) bu duyarlılığa sahip olan insanların çok farklı etnik kimliğe sahip insanlarla etkili ve uygun bir şekilde iletişim kurabileceklerini ifade etmişlerdir. Akla gelen temel noktalardan birisi de bu duyarlılığa sahip insanların bundan ne fayda sağlayacaklarıdır. Bu insanlar genel anlamda küresel farkındalık ve yeterlilik geliştirip, dünya görüşlerini genişleteceklerdir. Farklı kültürlerden insanlarla etkili bir şekilde iletişim kurabileceklerdir. Çok kültürlü ortamlarda etkili olmalarını sağlayacak beceri, tutum ve bilgiye sahip olacaklardır (Deardorff, 2006).

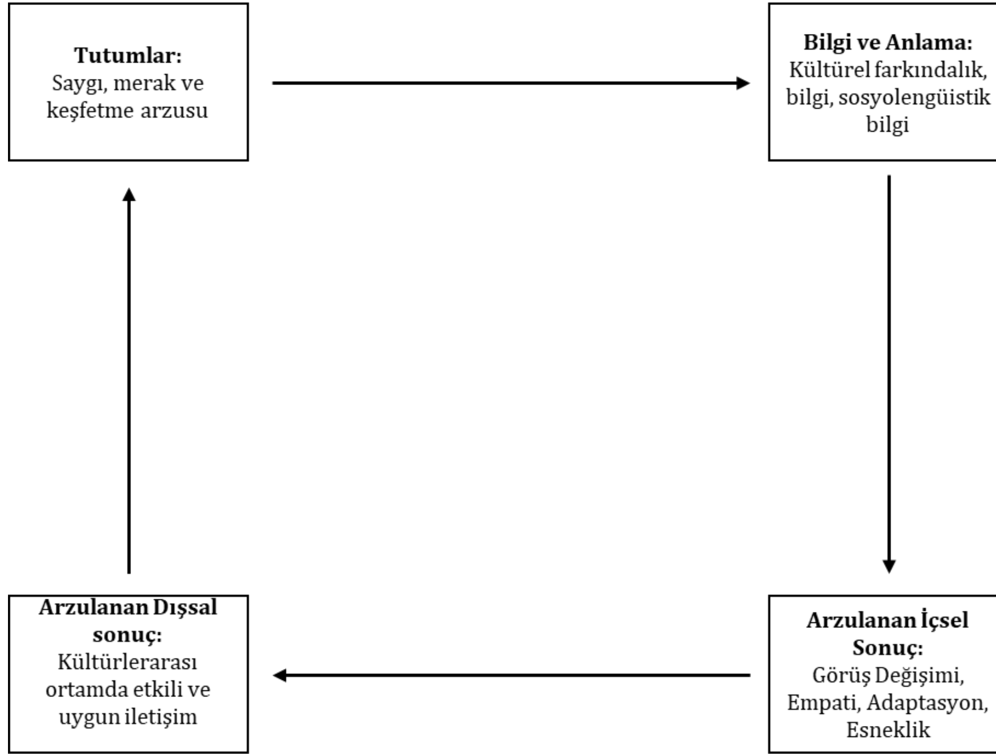
Çok kültürlü ortamlar ve o süreçte deneyimlenen öğrenmeler, kültürel bariyerlerin aşılarak farklı bakış açılarının anlaşılmasına ve empati becerisinin gelişimine olanak vermektedir. Kültürlerarası duyarlılık birbirleriyle ilişkili özelliklerin nomolojik ağına entegre edilmiş çok parçalı bir yapı olarak kabul edilmektedir. Örneğin çok kültürlü bir kişilik duygusal dinginlik, sosyal girişkenlik, açık görüşlülük, esneklik ve kültürel empati becerilerini kapsamakta ve tüm bunların hepsi de kültürlerarası adaptasyona ve kültürlerarası bir ortamda başarıya katkıyı sağlamaktadır (Groyecka, Gajda, Jankowska, Sorokowski ve Karwowski, 2020).

Bireylerin farklı kültürleri tanıyabilecekleri ve deneyimleyebilecekleri fırsatlar oluşturma ve bu bağlamda kültürlerarası duyarlılıklarını geliştirme, artan insan hareketliliği ile yeniden karakterize edilen dünyada çok kültürlü ortamlar içerisinde etkili yaşam becerileri geliştirmenin en temel anahtarı olarak görülmektedir (Olson ve Kroeger, 2001; Tarchi, Surian ve Daiute, 2019). Kültürlerarası duyarlılık sadece diğer bir kültürü deneyimlemekle gelişmez. Bunun yanında

insanların diğer kültürlere bilişsel oryantasyonları da kültürlerarası duyarlılığın gelişiminde çok önemli rol oynamaktadır (Hammer, 2015).

2 Kültürlerarası Duyarlılık

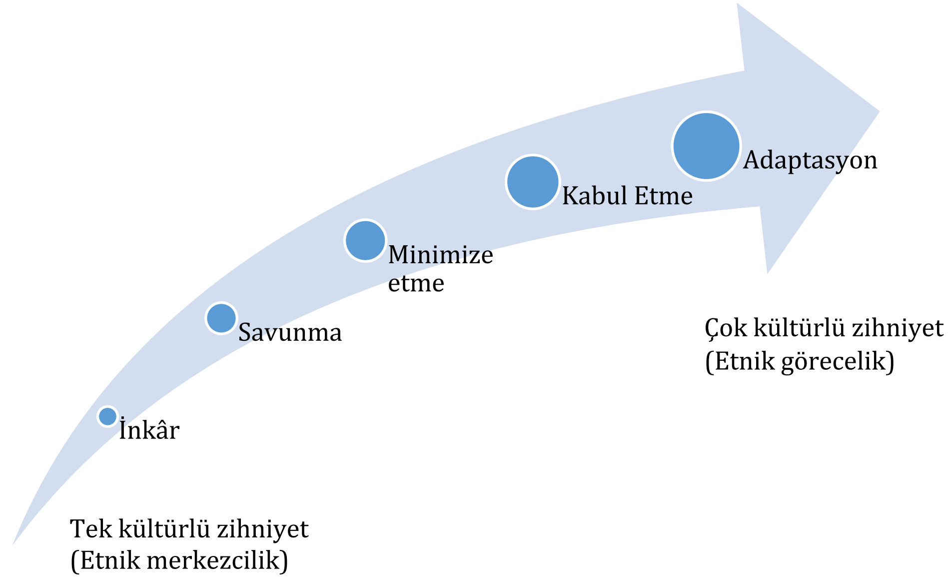
Mevcut literatür bağlamında kültürlerarasılık kavramına ilişkin bir uyumun olmadığı görülmektedir. Farklı disiplinler, farklı kavramlar kullanmış durumdadırlar. Örneğin bazı disiplinler kültürel yeterlilik kavramını kullanırken, mühendislik bilimi küresel yeterlilik veya birçok farklı alan çok kültürlü yeterlilik gibi kavramları tercih etmektedir (Deardorff, 2006). Fantini (2009) yaptığı araştırmada bilimsel literatürde çok farklı kavramların kullanıldığı sonuçlarına ulaşmıştır. Bunlardan bazılarını çok kültürlülük, kültürlerarası adaptasyon, kültürel zekâ, uluslararası iletişim, kültürlerarası iletişim, küresel yeterlilik, kültürlerarası farkındalık, küresel vatandaşlık ve kültürlerarası duyarlılık şeklinde ifade etmiştir. Bu çalışmada Bennett (1986, 1993) ve Hammer, Bennett ve Wiseman (2003) tarafından kullanılan kültürlerarası duyarlılık kavramı tercih edilmiştir. Hammer, Bennett ve Wiseman (2003) tarafından da ifade edildiği gibi diğer kültür içerisinde etkili olabilmek için insanların diğer kültürleri anlamaları gerekmektedir. Kültürel farklılıklara yeterince duyarlı olabilmek ve davranışları diğer kültürlere saygı bağlamında değiştirebilmek kültürlerarası duyarlılığın önemli basamaklarıdır. Bu çalışmada uyarlaması yapılan ölçeğin kuramsal çerçevesi kültürlerarası duyarlılık ile ilgili iki temel teori çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bunlardan birincisi Deardorff (2006; 2009; 2011) tarafından ileri sürülen "Kültürlerarası Duyarlılık Süreç Modeli'dir." Bu model aşağıda Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Deardorff'un Kültürlerarası Duyarlılık Süreç Modeli

Deardorff (2011) göre bu model de kültürlerarası duyarlılık, devam eden ve sürekli gelişen bir süreçtir. Dolayısı ile bireylere fırsatlar verilerek kendi kültürlerarası duyarlılıklarını değerlendirme imkânları sağlanmalıdır. Yine bu modelde eleştirel düşünme becerileri önemli bir yer tutmaktadır. Bireyin duyarlılık için gerekli olan beceriyi ve bilgiyi kazanması gerekmektedir. Bu modele göre tutumlar özellikle saygı, açık olmak ve merak kültürlerarası duyarlılığın önemli gelişim noktalarıdır. Yine süreçsel modelin önemli değişkenlerinden biri olarak da diğerlerinin bakış açılarını anlayabilme gösterilmektedir. Küresel bakış açılarını değerlendirebilme, dünya görüşlerini anlayabilme yeterliliği bu modelde önemli bir yer tutmaktadır.

Bu çalışmanın temellendirildiği ve kuramsal çerçevesini destekleyen diğer bir teori ise Bennett (1986; 1993) tarafından geliştirilen Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'dir. Bu modele ilişkin görsel Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli

Bennett'in modeli kültürlerarası duyarlılığın önemini ve farklı kültürlere adaptasyonu vurgulamaktadır. Bu modelde ilk üç aşamayı oluşturan inkâr, savunma ve minimize etme basamakları kişinin kendi kültürünü merkeze alan bir yapı sergilerken; kabul etme, adaptasyon ve entegrasyon basamakları etnik merkezcilikten etnik göreceliğe ve çok kültürlü yapıya geçişi ve bu sürece yönelik pozitif tutumları ve özellikle de empatiyi vurgulamaktadır. Bennett tarafından geliştirilen model, insanların kültürlerarası farklılıkları nasıl deneyimlediklerini ortaya koymaktadır. Bennnet'in modelinde ilk üç aşama (inkâr, savunma/polarize etme, minimize etme) "etnikmerkezci" yapı olarak gösterilirken kabul, adaptasyon ve entegrasyon aşamaları ise "etnikgörecelik" yapısını oluşturmaktadır. Bennet'in modeline göre "etnikmerkezci" yapı birinin kendi kültürünü dünya görüşünün merkezine koymasıdır. Bunun aksine "etnikgörecelik" ise kültürlerin ve davranışın sadece o kültür içerisinde anlam kazanacağını ve anlaşılabileceğini vurgulamaktadır.

Etnikgörecelik boyutunda birey bir kültürün diğer kültürlerle ilişkilendirilerek anlaşılabileceğine inanmaktadır (Bennnett, 1993). Özellikle bir davranış ancak kendi kültürel bağlamı içerisinde yorumlanabilir. Bu boyutun kabul etme aşamasında birey kültürel farklılıkları tanır ve saygı duyar. Bu aşamadaki birey artık farklı kültürleri kendi kültüründeki standartlara göre yargılamaz. Bunun yanında herhangi bir kültürün diğerinden üstün veya zayıf olduğunu düşünmez. Bu aşamanın diğer alt iki aşaması davranışsal görecelik ve değer göreceliğidir. Davranışsal görecelik iletişim stillerindeki, dildeki ve sözel olmayan davranışlardaki farklılıklara saygıyı içermektedir. Değer göreceliği ise değerler bağlamında kimseyi yargılamadan farklılıkları kabul etmeyi kapsamaktadır. Ancak bu aşamadaki bir kişi farklılıklara saygı göstermesine rağmen bu farklılıklarla kendini rahat hissetmeyebilir. Etnikgöreceliğin uyum aşamasından birey diğer kültürlerdeki insanların bakışaşılarını anlamaya ve onlarla iletişim kuruduğunda davranışlarını değiştirmeye özen gösterir. Bu aşamada birey herkesi eşit olarak görür ve diğer kültürlerden insanlarla iletişim kurduğunda referans aldığı değerleri ve yapıları değiştirir. Uyum aşaması empati ve çoğulculuğu bünyesinde barındırmaktadır. Öncelikli olarak birey farklı kültürlerdeki dünya görüşleri bağlamında bakış açısını değiştirme becerisine sahiptir. Sonrasında ise birden fazla farklı dünya görüşlerinin olduğunu kabul eder, farklı durumlarla ve bağlamlarla karşılaştığında davranışlarını yeni durum ve bağlamlara rahat bir şekilde uyarlayabilir. Etnikgöreceliğin entegrasyon aşamasında birey farklı kültürlerdeki dünya görüşlerini içselleştirebilmiştir. Böyle bireyler kültür uzmanı olarak ifade edilmektedir. Bu aşamadaki birey farklı kültürlerdeki insanlarla etkili bir şekilde iletişim kurabilmektedir (Bennett, 1993; Hsiao-Yin, 2008).

Kültürlerarası duyarlılığın gelişimsel modeline göre kültürel farklılık birinin dünya görüşünün etkin parçası olabilir. İnsanlar kültürlerarası farklılıkları deneyimlediklerinde daha kompleks düşünebilirler ve kültürlerarası ilişkilerdeki yeterliliklerini artırabilirler. Bennett'in modeli,

bireylerin kültürlerarası duyarlılık açısından hangi aşamada olduklarını belirlemek için kullanılabilmektedir (Bennett, 1993).

3 Türkiye'de Kullanılan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçekleri

Türkiye'deki ulusal literatür incelendiğinde (bilimsel makaleler ve YÖK tez veri tabanı) kültürlerarası duyarlılık ile ilgili yapılan farklı çalışmalara rastlanılmaktadır (Örn. Akın, 2016; Altundağ, 2007; Arli ve Bakan, 2018; Bulduk, Tosun ve Ardıç, 2010; Cubukcu, 2011; Demir ve Üstün, 2017; İnal, 2021; Kaya, 2013; Mercan, 2016; Öteleş, 2021; Özkaya, 2015; Rengi, 2014; Sezer ve Kahraman, 2017; Üstün, 2011; Yılmaz ve Göçen, 2013). Kültürlerarası duyarlılıkla ilgili çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde kültürlerarası duyarlılığı ölçmeye yönelik araçların yetersiz olduğu ve genellikle de Chen ve Starosta (2000) tarafından geliştirilen ve Üstün (2011) tarafından uyarlanan ölçme aracının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Yine aynı ölçek Bahar-Özvarış ve diğerleri (2022) tarafından tekrardan tıp öğrencileri için Türkçeye yeniden uyarlanmıştır. Bu araştırma kültürlerarası duyarlılıkla ilgili yeni bir ölçeğin uyarlanmasına odaklanarak bu alanda yapılacak çalışmalara katkı sağlamayı amaç edinmiştir. Türkiye'de özellikle göçmenlerle birlikte oluşan ve toplumundaki birçok dinamiği etkilemeye başlayan sosyal, ekonomik ve kültürel yapı bağlamında (Kolukırık ve Duru, 2020; Kolukırık ve Özcan, 2019) insanların kültürlerarası duyarlılık algılarının farklı bilimsel araştırmalarla ortaya konulması, bu süreçte oluşan problemli alanların tespit edilmesine ve nitelikli çözümlerin üretilmesine yardımcı olacaktır. Bu genel amaç doğrultusunda uyarlanmaya çalışılan ölçekle ilgili aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

1. Uyarlama çalışmaları yapılan ölçek nasıl bir faktör yapısı göstermektedir?

2. Uyarlama çalışmaları yapılan ölçeğin ortaya koymuş olduğu faktör yapısı, doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmakta mıdır?

3. Uyarlama çalışmaları yapılan ölçek, yapı olarak yüksek düzeyde güvenirlilik değerleri ortaya koymakta mıdır?

4 Yöntem

4.1 Çalışma Grubu

Ölçeğin faktör analizi ve güvenirlilik çalışmaları Muğla ilinde bir devlet üniversitesinde öğrenim gören üniversite öğrencileri örnekleminde yürütülmüştür. Araştırma 2018-2019 akademik yılında gerçekleştirilmiş, üniversitenin eğitim fakültesinde öğrenim gören toplam 375 öğrenciyle (sosyal bilgiler, fen, okul öncesi, sınıf öğretmenliği) ölçek geliştirme çalışmaları tamamlanmıştır. Çalışma grubu oluşturulurken kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi, yakın çevrede bulunan ve ulaşılması kolay, elde mevcut ve araştırmaya katılmak isteyen (gönüllü) bireyler üzerinde yapılan bir örnekleme yöntemidir (Creswell, 2005). Bu bağlamda araştırmacıların görev yaptığı üniversitedeki araştırmaya katılmaya gönüllü olan öğrenciler sürece dâhil edilmiştir. Hem katılımcılara ulaşmada hem de verilerin toplanması sürecinde bu doğrultuda araştırmacılar herhangi bir problemle karşılamamışlardır.

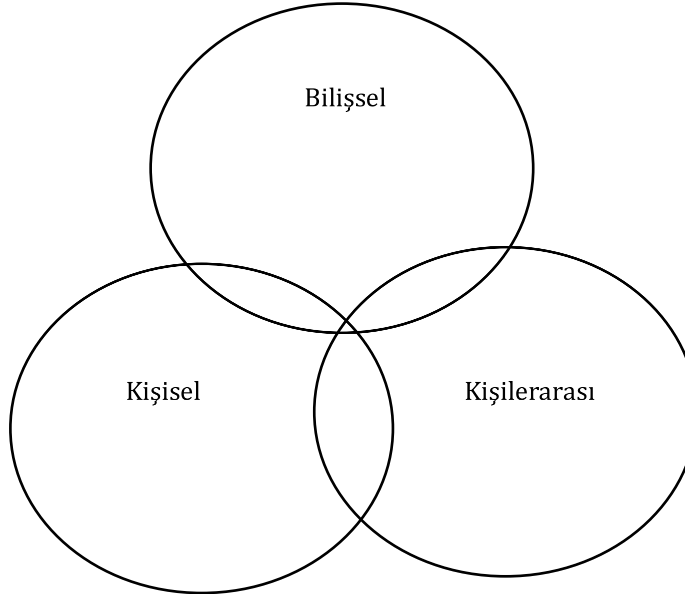
4.2 Veri Toplama Aracı

Araştırmada uyarlaması yapılan ölçek Braskamp, Braskamp, Merrill ve Engberg (2012) tarafından geliştirilen "Kültürlerarası Duyarlılık (Küresel Perspektif)" ölçeğidir (Ek-A). Bu ölçek kültürel gelişim ve kültürlerarası iletişim üzerine odaklanan "Bütünsel (holistic) İnsan Gelişimi" bağlamında yapılandırılmıştır. Tablo 1'de, Bütünsel İnsan Gelişimini oluşturan yapılar gösterilmiştir.

Tablo 1. Bütünsel İnsan Gelişimini Oluşturan Yapılar

Bütünsel İnsan Gelişimi	
Kültürel Gelişim	Kültürlerarası İletişim
Bilişsel (Düşünme)	Bilişsel (Düşünme)
Kişisel (His)	Duyuşsal (His)
Kişilerarası (İlişkisel)	Davranışsal (İlişkisel)

Kegan (1994) tarafından ifade edildiği gibi insan gelişimin bir formu olarak insanlar büyürken hayatı anlamlandırma yani anlam kurma sürecine entegre olurlar. Bu süreçsel durum insanların kendi eylemlerini ve deneyimlerini anlamlandırma çabalarıyla ilişkilidir. Bu süreç yalnızca düşünmeyi değil duyguların ve hislerin farkında olmayı aynı zamanda diğerleriyle ilişkisel yapılar oluşturarak anlamı birlikte yapılandırmayı ve deneyimleri birlikte anlamlı kılmayı da içermektedir. Kegan bunu insan gelişiminde bilişsel (düşünme), kişisel (his) ve kişilerarası (ilişkisel) olmak üzere üç farklı alan olarak tanımlamaktadır. Kültürlerarası iletişimi çalışan araştırmacılar (Chen ve Storasta, 1996) bilişsel, duyuşsal ve davranışsal alanları kültürlerarası kontekstlerde etkili iletişim kurabilmek için gerekli olan önemli boyutlar olarak ifade etmektedir. Bu alamda üst düzey iletişim kurabilen bireyler bu alanlarda yeterli ve duyarlı olarak görülmektedir. Bu alanlarda kendini geliştiremeyen bireylerin etkili iletim kuramayacakları belirtilmektedir. Aşağıdaki şekilde kültürlerarası ilişimin gelişimsel boyutları ifade edilmiştir.



Şekil 3. Kültürlerarasılığın Gelişimsel Boyutları

Şekil 1'de görüldüğü üzere birbirleriyle bağlantılı daireler, boyutların birbirleriyle nasıl ilişkili olduğunu göstermektedir. Bilişsel alan bilgi ve epistemolojiye odaklanmaktadır (neyin doğru ve bilmenin önemli olduğunu anlamak). Çoklu kültürel perspektifleri dikkate alarak "bilme" ve "bilgi" değişkenlerini içermektedir. Bilişsel boyut kişinin doğru bilgi için otorite sahibi kişilere bağlılığını ifade eder. Bu bağlılık belirsiz kontekst içerisinde görece yorumlar yapabilmeye imkân sağlar. Kişisel boyut bireyin kendi değerlerini ve kimlik algısını birey olma durumuna ne kadar eklediğinin farkında olması ile ilişkilidir. Kişilerarası boyut ise bireyin farklı normlara sahip ve farklı kültürlerden gelen insanlarla iletişim kurma istekliliğidir. Aynı zamanda diğerlerini kabul etme ve rahat bir şekilde iletişim kurma becerilerini de kapsamaktadır. Buna ek olarak kişilerarası boyut, diğerlerini farklı görebilmeyi ve birinin biricik olduğunu algılayabilmeyi de içermektedir. Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin içeriğini oluşturulmasında etkili olan teori ve modeller aşağıdaki Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğini Geliştirilmesinde Etkili Olan Teori ve Modeller

Teori veya Model	Düşünme	His	İlişkisel	Yazar/lar
Bilinçlilik	Bilişsel	Kişilerarası	Kişilerarası	Kegan (1994)
Kültürlerarası Olgunluk	Bilişsel	Kişilerarası	Kişilerarası	King ve Baxter Magolda (2005)
Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Bilişsel/Farkındalık	Duyuşsal/Duyarlılık	Davranış	Chen ve Storasta (1996)
Bireysel Çeşitlilik Gelişimi	Bilişsel	Duyuşsal	Davranış	Chavez, Guido-DiBrito ve Mallory (2003)
İnanç Gelişimi	Bilme Formları	Bağımlılık Formları	Toplumsal Formlar	Parks (2000)
Dönüşümsel Öğrenme	Baş	Kalp	Eller	Orr (1992) Sipos, Battitsti ve Grimm (2008)
Bütünsel İnsan Gelişimi	Nasıl biliyorum?	Kimim?	Diğerleriyle nasıl ilişkiliyim?	Braskamp (2008)
İlişkisel Liderlik	Bilme	Olma	Yapma	Komives, Lucas ve McMahon (2007)

Not. Bu tablo Research Institute for Studies in Education (RISE) (2017) tarafından gerçekleştirilen bilimsel çalışmadan alınmıştır.

Araştırmada uyarlaması yapılan kültürlerarası duyarlılık ölçeği 35 madde ve 6 faktörden oluşmaktadır (Ek 1). Ölçek maddeleri 5'li Likert şeklinde olup 1 (kesinlikle katılmıyorum), 2 (katılmıyorum), 3 (ne katılıyorum ne de katılmıyorum), 4 (katılıyorum) ve 5 (kesinlikle katılıyorum) şeklinde puanlanmaktadır. 35 maddelik ölçekteki üç madde, ölçekteki herhangi bir faktörle ilişkili olmayıp puanlama sürecine dâhil edilmemektedir. Bunlar 10., 11. ve 15. maddelerden oluşmaktadır. Ölçekte sekiz tane olumsuz (ters) madde bulunmakta (1., 4., 6., 7., 10., 20., 30., 34.), faktör puanları ve genel puan hesaplamalarından önce bu maddelerin puanlarının yeniden kodlanması ve toplam puanların o şekilde hesaplanması gerekmektedir. Daha öncede ifade edildiği gibi kültürlerarası duyarlılık ölçeği bilişsel, kişisel ve kişilerarası boyutlar altında toplanan toplam 6 faktörden oluşmaktadır. Her boyut iki faktörden oluşmaktadır. Her bir boyutta faktörlerden biri kültürel gelişimi yansıtırken diğer faktör ise kültürlerarası iletişim teorisini yansıtmaktadır (Braskamp, Braskamp ve Engberg, 2014). Ölçeğe ilişkin boyutlar ve faktörler aşağıdaki Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Kültürlerarası Duyarlılığa İlişkin Faktörler

Teori	Bilişsel Faktörler	Kişisel Faktörler	Kişilerarası Faktörler
Kültürel Gelişim	Bilme	Kimlik	Sosyal Sorumluluk
Kültürlerarası İletişim	Bilgi	Duyuş/His	Sosyal Etkileşimler

Belirtildiği üzere ölçek üç temel boyutla ilişkili altı faktörden oluşmaktadır. Ölçekle ilgili yapılan çalışmalar Iowa State Üniversitesi tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek toplamda 3619 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Ölçekten alınan yüksek puanlar ve ortalamalar olumlu ve yüksek düzeydeki kültürlerarası duyarlılığı gösterirken düşük puan ve ortalamalar ise olumsuz ve zayıf düzeydeki kültürlerarası duyarlılığı göstermektedir. Ölçeğin genel ve faktörler bağlamında Cronbach's alpha güvenirlilik katsayıları 0.57 ve 0.94 arasında değişmiştir. Aşağıdaki Tablo 4'te ölçeğe ilişkin faktörler ve maddelere yer verilmiştir.

Tablo 4. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Maddeler

Bilme	Bilgi	Kimlik	Duyuş	Sosyal Sorumluluk	Sosyal Etkileşimler
Madde1*	Madde8	Madde2	Madde22	Madde5	Madde4*
Madde6*	Madde13	Madde3	Madde23	Madde14	Madde24
Madde7*	Madde17	Madde9	Madde25	Madde26	Madde29
Madde16	Madde21	Madde12	Madde31	Madde32	Madde35
Madde19	Madde27	Madde18	Madde33	Madde34*	
Madde20*		Madde28			
Madde30*					

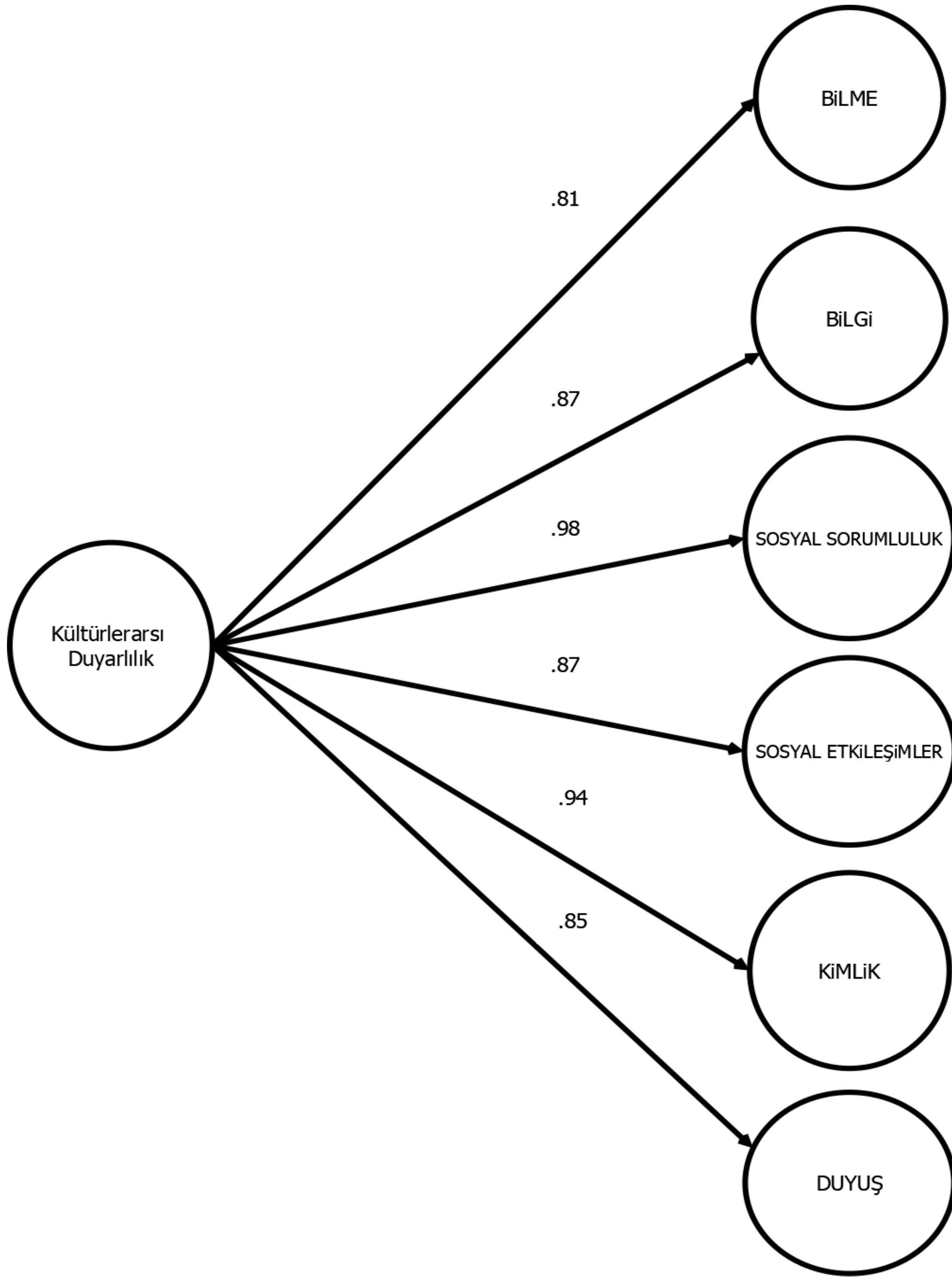
Not. * işaretli maddeler, ölçekteki olumsuz maddeleri (yeniden kodlanması gereken) göstermektedir.

4.3 Veri Toplama ve Analiz Süreci

Öncelikle uyarlaması yapılacak ölçek için gerekli etik izinler alınmıştır. İlk olarak, ölçme aracı araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Bu çeviri ile birlikte İngilizce orijinal ölçme aracı eğitim alanından doktoralı 6 öğretim elemanına verilerek orijinal maddelerin Türkçeye çevirmeleri sağlanmıştır. Daha sonra araştırmacıların çevirileri ve alan uzmanlarının çevirileri karşılaştırılarak ölçme aracının Türkçe ilk formu elde edilmiştir. Elde edilen denemelik bu form anlaşılırlığının test edilebilmesi amacıyla araştırma grubuna benzer bir gruba uygulama yapılmış ve gelen tepkiler doğrultusunda ölçeğe son hali verilmiştir. Bu süreçten sonra ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılmıştır. Bu amaçla yapı geçerliğini test edebilmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA); güvenirlik çalışması için ise iç tutarlık katsayısı (Cronbach alpha α) testleri gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde SPSS, Mplus, AMOS ve Jamovi paket paket programları kullanılmıştır.

5 Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde ölçeğin geçerliği ve güvenirliğine yönelik olarak elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İlk önce veri seti üzerinde aykırı değer ve Boxplot analizleri gerçekleştirilmiştir. Anlamlı farklılıklar gösteren verilerin ait olduğu kişiler veri setinden çıkarılmıştır (toplam 15 kişi). Bunun yanında bu süreci desteklemek ve daha doğru bir veri seti ile çalışabilmek için *Z*-puan testi analizi gerçekleştirilmiştir. Anlamlı farklılık oluşturan herhangi bir puana rastlanılmamıştır. Aynı zamanda merkezi dağılım ölçüleriyle ilgili yapılan analizler çarpıklık ve basıklık değerleri açısından veri setinin -2 +2 aralığında yani kabul edilebilir bir aralıkta olduğunu göstermiştir. Bu değerler veri setinin normal dağılımla ilişkili bir probleminin olmadığını göstermiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği için altı faktörlü ikincil düzey doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir.



Not. Modeldeki tek uçlu oklar standardize edilmiş regresyon katsayılarını göstermektedir. Yine devamlılık gösteren oklar bu katsayıların anlamlı olduğuna işaret etmektedir.

Şekil 4. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin İkincil Düzey Altı Faktörlü Yapısına İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu

Aşağıdaki tabloda DFA analizinden elde edilen uyum iyilik değerleri verilmiştir.

Tablo 5. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğine İlişkin Uyum İyilik Değerleri

χ^2	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
751.797	1.728	.87	.85	.044	.0582

Yukarıdaki Tablo 5 incelendiğinde uyum iyilik değerlerinin kabul edilebilir düzeyde oldukları ifade edilebilir (Hu ve Bentler 1999; Kline, 2015). Faktörler arasındaki korelasyonlara ilişkin tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 6. Kültürlerarası Duyarlılığın Faktörlerinin Birbirleriyle Olan Korelasyonları

	Bilme	Bilgi	Kimlik	Duyuş	Sosyal Sorumluluk	Sosyal Etkileşim	Genel
Bilme		.12*	.14**	.31**	.12*	.12*	.48**
Bilgi			.53**	.37**	.40**	.37**	.67**
Kimlik				.43**	.42**	.33**	.74**
Duyuş					.39**	.33**	.70**
Sosyal Sorumluluk						.36**	.66**
Sosyal Etkileşim							.63**

Not. *p<.05, **p<.01

Tablo 6 incelendiğinde ölçeğe ilişkin faktörler hem kendi aralarında hem de ölçeğin geneli ile anlamlı ilişkiler göstermektedir. Ölçeğin faktörlerine ilişkin güvenirlilik değerleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Kültürlerarası Duyarlılığın Alt faktörlerine İlişkin Cronbach's Alpha (α) Güvenirlilik Katsayıları

	Bilme	Bilgi	Kimlik	Duyuş	Sosyal sorumluluk	Sosyal Etkileşim	Genel
Cronbach's Alpha (α)	.50	.65	.69	.52	.52	.59	.82

Tablo 7 incelendiğinde ölçeğin geneline ve faktörlerine ilişkin güvenirlik değerlerinin .50 ve .82 arasında değiştiği görülmektedir. Bu anlamda ölçeğin faktörlerine ve geneline ilişkin güvenirlilik değerlerin kabul edilebilir sınırlarda olduğu ifade edilebilir. Başka bir deyişle ölçekteki maddelerin birbirleriyle ilişkili (homojen) olduğu ve aynı yapıyı ölçtüğü söylenebilir.

6 Sonuç ve Tartışma

Türkiye'de kültürlerarası duyarlılıkla ile ilgili bilimsel literatür incelendiğinde kültürlerarası duyarlılık becerisinin ölçümüne yönelik sıklıkla Chen ve Starosta (2000) tarafından geliştirilen ve Üstün (2011) tarafından uyarlanan ölçme aracının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Dolayısı bu araştırmada kültürlerarası duyarlılıkla ilgili yeni bir ölçeğin uyarlamasının yapılması ve dilimize kazandırılması Türkiye'ye yönelik göç hareketiyle birlikte toplumda oluşan travmaların kültürlerarası duyarlılık açısından anlaşılabilmesine adına önem taşımaktadır. Bunun yanında uyarlaması yapılan ölçek, kültürlerarası duyarlılık açısından farklı boyutları da kapsadığından yapılacak araştırmalarda elde edilecek veriler daha zengin bir perspektifin ortaya konulabilmesine imkân verecektir.

Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler sonucunda ölçme aracının orijinalinde olduğu gibi altı faktörlü bir yapı olduğu görülmüştür. Elde edilen bu çok faktörlü yapıya

yönelik ulaşılan uyum iyiliği değerleri modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir (Bayram, 2010; Çelik ve Yılmaz, 2013; Meydan ve Şeşen, 2011; Şimşek, 2007).

Ölçme aracının güvenirliliğine yönelik olarak yapılan çalışmada iç tutarlık katsayısı tüm ölçek için .82 olarak elde edilmiştir. Tezbaşaran (1996) ve Erkuş'e (2013) göre, ölçme araçları için öngörülen güvenirlik katsayısı alt sınırı .70'tir. Elde dilen bu değerler ölçme aracının güvenilir bir ölçme aracı olduğu biçiminde değerlendirilmektedir.

Yapılan geçerlik ve güvenirlik çalışmaları birlikte değerlendirildiğinde uyarlanan ölçeğin Türkçe formunun üniversite örnekleminde kabul edilebilir psikometrik değerlere sahip olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen bu uyarlama çalışması ile kültürlerarası duyarlılık becerilerini değerlendirme konusunda çalışma/araştırma yapmak isteyen araştırmacılara uygulaması ve puanlaması kolay bir ölçme aracı kazandırılmış olmaktadır.

Çalışmanın Muğla il merkezinde yapılmış olması ve üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilmiş olması sınırlılık olarak görülmektedir. Bu nedenle, bundan sonra yapılacak çalışmaların daha geniş örneklemlerde yapılması önerilmektedir. Bunun yanında ölçeğin alt faktörlerine ilişkin güvenirlilik değerleri kabul edilebilir sınırlarda olmasına rağmen düşük olduğu da söylenebilir. Sonraki çalışmalarda daha büyük örneklemlere ulaşılarak yapılacak çalışmalarda daha tutarlı ve yüksek güvenirliliğe sahip veriler ortaya konulabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The authors declare no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The authors received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça

Akın, E. (2016). Türkçe öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Studies, 11*(3), 29-42.

Altundağ, P. (2007). *Kültürlerarası yeterlilik ve Korece öğretimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Arli, S. K. ve Bakan, A. B. (2018). An investigation of the relationship between intercultural sensitivity and compassion in nurses. *International Journal of Intercultural Relations, 63,* 38-42.

Bahar-Özvarış, Ş., Güçiz-Doğan, B., Konşuk-Ünlü, H., Şanver, T. M., Susuz, Ç. ve Sullivan, R. (2022). Adaptation of intercultural sensitivity scale for Turkish medical students. *International Journal of Intercultural Relations, 88,* 163-176.

Bayram, N. (2010). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş AMOS uygulamaları.* Bursa: Ezgi Kitabevi.

Bennett, M. J. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations, 10,* 179-195.

Bennett, M. J. (1993). Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity. R. M. Paige (Ed.), Education for the Intercultural Experience içinde (ss. 21–72). Yarmouth, Maine: Intercultural Press.

Braskamp, L. A., Braskamp, D. C. ve Engberg, M. E. (2014). *Global perspective inventory (GPI): Its purpose construction, potential uses, and psychometric characteristics.* Global Perspective Institute, Inc., Chicago, IL.

Braskamp, L. A., Braskamp, D. C., Merrill, K. C. ve Engberg, M. E. (2012). *Global perspective inventory (GPI): Its purpose construction, potential uses, and psychometric characteristics.* Global Perspective Institute, Inc., Chicago, IL.

Bulduk, S., Tosun, H. ve Ardıç, E. (2011). Türkçe kültürler arası duyarlılık ölçeğinin hemşirelik öğrencilerinde ölçümsel özellikleri. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku ve Tarihi, 19*(1), 25-31.

Castles, S., Haas, H. ve Miller, M. J. (2014). The age of migration: international population movements in the modern world*.* New York: Palgrave Macmillan.

Chen, G. M. (2010). The impact of intercultural sensitivity on ethnocentrism and intercultural communication apprehension. *Intercultural Communication Studies, 19,* 1-9.

Chen, G. M. ve Starosta, W. J. (1996). Intercultural communication competence: A synthesis. Communication Yearbook, 19, 353-384.

Chen, G. M. ve Starosta, W.J. (2000) *The development and validation of the intercultural sensitivity scale.* Paper presented at the annual meeting of the National Communication Association, Seattle.

Creswell, J. (2005). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. New York: Pearson.

Cubukcu, F. (2013). Pre-service English teachers' intercultural sensitivity. *Journal of Human* Sciences, 10(1), 832-843.

Çelik, H. E. ve Yılmaz, V. (2013)*. Lisrel 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi. Temel kavramlar-uygulamalar-programlama.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education, 10*(3), 241-266.

Deardorff, D. K. (2009). Implementing intercultural competence assessment. D.K. Deardorff (Ed.), The Sage Handbook of Intercultural Competence içinde. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Deardorff, D. K. (2011). Assessing intercultural competence. *New Directions for Institutional Research, 2011*(149), 65-79.

Demir, S. ve Üstün, E. (2017). Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnik merkezcilik düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, XIV(I), 182-204.

Erkuş, A. (2013). *Bilimsel araştırma süreci.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Fantini, A. E. (2009). Assessing intercultural competence: Issues and tools. D.K. Deardorff (Ed.), The Sage Handbook of Intercultural Competence içinde. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Groyecka, A., Gajda, A., Jankowska, D. M., Sorokowski, P. ve Karwowski, M. (2020). On the benefits of thinking creatively: Why does creativity training strengthen intercultural sensitivity among children. *Thinking Skills and Creativity, 37*, 100693.

Hammer, M. R. (2015). The Developmental paradigm for intercultural competence research. *International Journal of Intercultural Relations, 48,* 12–13.

Hammer, M. R., Bennett, M. J. ve Wiseman, R. (2003). Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory. *International journal of intercultural relations, 27*(4), 421-443.

Hsiao-Yin, C. (2008). Intercultural sensitivity development among Taiwan business college students (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Kent State University.

Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1-55.

İnal, E. (2021). Resimli çocuk kitaplarında göç teması ve kültürlerarası duyarlılık bağlamında anlatı unsurlarının kullanımı. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi,* (Ö9), 166-173.

Kaya, B. (2013). Barış Eğitimi Programı'nın kültürlerarası yeterlilik ve çatışma çözme stratejilerine etkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Kaya, Y., Arslan, S., Erbaş, A., Yaşar, B. N. ve Küçükkelepçe, G. E. (2021). The effect of ethnocentrism and moral sensitivity on intercultural sensitivity in nursing students, descriptive cross-sectional research study. *Nurse Education Today, 100,* 104867.

Kegan, R. (1994). In over our heads: the mental demands of modern life. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling.* New York: Guilford.

Kolukırık, S. ve Duru, G. (2020). Türkiye'deki Suriyeli nüfusun sosyal ve mekansal görünümü: Adana Suriyeliler caddesi örneği. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi, 10*, 319-337.

Kolukırık, S. ve Özcan, N. (2019). Farklılık ve farkındalık ekseninde Suriyeli göçmen nüfusun sosyolojik özellikleri: Payas ilçesi örneği. *Göç Dergisi, 6*(2), 191-212.

Kuada, J. (2004)*. Intercultural competence development of Danish managers.* 21 Mart 2018 tarihinde www.business.aau.dk/ivo/publications/working/wp33.pdf adresinden erişildi.

Mercan, N. (2016). Çok kültürlü ortamlarda kültürel zekânın kültürler arası duyarlılık ile ilişkisine yönelik bir araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9*(1), 1-13.

Meydan, H. C. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Monroe, L. ve Ruan, J. (2018). Increasing early childhood preservice teachers' intercultural sensitivity through the ABCs. *Journal of Early Childhood Teacher Education, 39*(1), 1-15.

Olson, C. L. ve Kroeger, K. R. (2001). Global competency and intercultural sensitivity. Journal of Studies in International Education, 5(2), 116–137.

Öteleş, Ü. U. (2021). Çokkültürlü küresel dünyanın sosyal bilgiler eğitimindeki görünümü: kültürlerarası duyarlılık. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22*(3), 2559-2581.

Özkaya, B. G. (2015). Developing intercultural competence of foreign language learners by using awareness raising classroom activities (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çağ Universitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Rengi, Ö. (2014). Sınıf öğretmenlerinin kültürel farklılık algıları ve kültürlerarası duyarlılıkları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Sarli, A. ve Phillimore, J. (2002). The intercultural competence of second-generation individuals: Knowledge gaps and steps forward. *International Journal of Intercultural Relations, 88,* 11-22.

Sezer, G. O. ve Kahraman, P. B. (2017). Sınıf ve okul öncesi öğretmen adaylarının çokkültürlü eğitime yönelik tutumları ile kültürlerarası duyarlılıkları arasındaki ilişki. Uludağ Üniversitesi Örneği. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 13(2), 550-560.

Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları.* İstanbul: Ekinoks.

Tarchi, C., Surian, A. ve Daiute, C. (2019). Assessing study abroad students' intercultural sensitivity with narratives. *European journal of psychology of education, 34*(4), 873-894.

Tezbaşaran, A. (1996). *Likert tipi ölçek geliştirme.* Ankara: Psikologlar Derneği Yayınları.

Üstün, E. (2011). Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnik merkezcilik düzeylerini etkileyen etmenler (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Verkuyten, M. ve Yogeeswaran, K. (2020). Culturaş diversity and its implications for intergroup relations. *Current Opinions in Psychology, 32,* 1-5.

Wang, J. (2013). Moving towards ethnorelativism: A framework for measuring and meeting students' needs in cross-cultural business and technical communication. *Journal of Technical Writing and Communication, 43*(2), 201-218.

Yıldırım, K. (2019). Üniversite öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılık algıları. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Yılmaz, F. ve Göçen, S. (2013). Sınıf öğretmeni adaylarının kültürlerarası duyarlılık hakkındaki görüşlerinin farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(15), 373-392.

Zhang, Y. ve Han, E. J. (2019). Comparative study of intercultural sensitivity of college students in two distinctive institutions in the US. *Journal of Intercultural Communication Research, 48*(5), 477-493.

Ek 1

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği

1. Cinsiyetiniz: Kadın Ⓚ Ⓔ Erkek

2. Sınıfınız (H: Hazırlık): Ⓗ ① ② ③ ④ ⑤ ◯ Diğer: ....

3. Fakülte:
- ◯ Eğitim Fakültesi
- ◯ Teknoloji Fakültesi
- ◯ Edebiyat Fakültesi
- ◯ Spor Bilimleri Fakültesi

4. Bölüm:
- ◯ Tarih
- ◯ Felsefe
- ◯ Sosyoloji
- ◯ Rekreasyon
- ◯ Spor Yöneticiliği
- ◯ Türk Dili ve Edebiyatı
- ◯ Bilişim Sistemleri Mühendisliği
- ◯ Enerji Sistemleri Mühendisliği
- ◯ Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
- ◯ Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık
- ◯ Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatı
- ◯ Sınıf Eğitimi
- ◯ Türkçe Eğitimi
- ◯ Sosyal Bilgiler Eğitimi
- ◯ Antrenörlük Eğitimi
- ◯ Okul Öncesi Eğitimi

Örnek kodlama ●

5. Babanızın mesleği ▼ | 6. Annenizin ▼ mesleği
- ◯ ◯ Çalışmıyor
- ◯ ◯ İşçi
- ◯ ◯ Memur
- ◯ ◯ Öğretim üyesi / Öğretmen
- ◯ ◯ Din görevlisi
- ◯ ◯ Doktor / Diş hekimi / Eczacı
- ◯ ◯ Avukat / Hakim / Savcı
- ◯ ◯ Mühendis / Mimar
- ◯ ◯ İş adamı / İş kadını / Sanayici
- ◯ ◯ Esnaf / Zanaatkar
- ◯ ◯ Çiftçi
- ◯ ◯ Emekli
- ◯ ◯ Diğer: ....

7. Babanızın eğitim durumu ▼ | 8. Annenizin eğitim durumu ▼
- ◯ ◯ Okur-yazar değil
- ◯ ◯ Okur-yazar
- ◯ ◯ İlkokul
- ◯ ◯ Ortaokul
- ◯ ◯ Lise
- ◯ ◯ Lisans
- ◯ ◯ Yüksek Lisans
- ◯ ◯ Doktora

9. Ailenizin geliri:
- ◯ 1600 TL ve altı
- ◯ 1601-2500 TL arası
- ◯ 2501-3500 TL arası
- ◯ 3501-4500 TL arası
- ◯ 4501 TL ve üstü

10. Ailenizle yaşadığınız şehir: ....

11. Ailenizle yaşadığınız yer: Köy ◯ İlçe merkezi ◯ Şehir merkezi ◯

⑤ Kesinlikle katılıyorum	④ Katılıyorum	③ Ne katılıyorum ne de katılmıyorum	② Katılmıyorum	① Kesinlikle katılmıyorum

1. Kültürel farklılıkları gözlemlediğimde benim kültürüm diğer kültürlerden daha iyidir.	⑤ ④ ③ ② ①
2. Yaşamımda net bir amacım vardır.	⑤ ④ ③ ② ①
3. Kişisel değerlerimi benden farklı kültürel değerleri olan insanlara açıklayabilirim.	⑤ ④ ③ ② ①
4. Arkadaşlarımın çoğu kendi etnik kimliğimden ve kültürümdendir.	⑤ ④ ③ ② ①
5. Yaşantımı, topluma adanmışlık (para verme, gönüllü işlerde çalışma, yardım kuruluşlarına destek olma, sivil toplum örgütlerine üyelik vb.) noktasında düşünürüm.	⑤ ④ ③ ② ①
6. Bazı insanlar bir kültüre (giyim, yeme, içme, inanç, değer vb.) sahipken diğerleri değildir.	⑤ ④ ③ ② ①
7. Farklı kültürel ortamlarda neyin doğru neyin yanlış olduğunu tespit etmek kolaydır.	⑤ ④ ③ ② ①
8. Uluslararası ilişkileri etkileyen güncel sorunlar hakkında bilgi sahibiyim.	⑤ ④ ③ ② ①
9. Birey olarak kim olduğumun farkındayım.	⑤ ④ ③ ② ①
10. Benden farklı olan (deneyimler, yaşam, vb.) insanlar tarafından tehdit edildiğimi hissediyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
11. Kendimi daha iyi anlayabilmek ve dışardan bir gözle kendime bakabilmek için sık sık rahat ettiğim ortamın dışına çıkarım.	⑤ ④ ③ ② ①
12. Görüşlerim başkalarınınkinden farklılaştığında kendi görüşlerimi onlara karşı savunmak konusunda istekliyimdir.	⑤ ④ ③ ② ①
13. Farklı ulusların ve kültürlerin kendi aralarındaki çatışmaların sebeplerini ve etkilerini anlıyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
14. Başkalarının hakları için çalışıyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
15. Kendimi bir dünya vatandaş olarak görüyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
16. Etrafımdaki dünya hakkında bir çıkarımda bulunmadan önce farklı bakış açılarını göz önünde bulundururum.	⑤ ④ ③ ② ①
17. Farklı kültürlerin nasıl sosyal bir etkileşim içerisinde olduğunu anlıyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
18. İlkelerimden ödün vermeden inandıklarımı eyleme koyarım.	⑤ ④ ③ ② ①
19. Küresel problemleri değerlendirirken farklı kültürel bakış açılarını göz önünde bulundururum.	⑤ ④ ③ ② ①
20. Bu dünyada doğru olan şeyi belirlemek için sadece otorite ve uzman kişilerin söylediklerine güvenirim.	⑤ ④ ③ ② ①
21. Bir kültürün temel özelliklerini nasıl analiz etmem gerektiğini biliyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
22. Ayrımcılığa (etnik, cinsiyet, inanç, mezhep vb.) maruz kalan insanlara karşı duyarlıyımdır (yapılanları hoş karşılamamak).	⑤ ④ ③ ② ①
23. Farklı bakış açıları ifade edildiğinde kendimi duygusal olarak tehdit altında hissetmiyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
24. Sıklıkla kendi kültürümden ve etnik kimliğinden olmayan insanlarla iletişim kurarım.	⑤ ④ ③ ② ①
25. Farklı dinlere ve inançlara sahip insanları oldukları gibi kabul ediyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
26. Başkalarının ihtiyaçlarını kendi isteklerimden daha öncelikli görürüm ve buna göre yaşarım.	⑤ ④ ③ ② ①
27. Kültürel farklılıkları bilinçli bir bakış açısıyla tartışabilirim.	⑤ ④ ③ ② ①
28. Beni mutlu ve huzurlu kılacak bir yaşam felsefesi oluşturuyorum.	⑤ ④ ③ ② ①
29. Farklı kültürlerden insanlara yaşamımda bilinçli olarak yer veririm.	⑤ ④ ③ ② ①
30. Yaşadığım çevre ile ilgili bana öğretilenleri nadiren sorgularım.	⑤ ④ ③ ② ①
31. Farklı kültürlerden arkadaşlarım, kültürlerimiz arasındaki farklılıkları bana öğrettiklerinde mutlu olurum.	⑤ ④ ③ ② ①
32. Farklılık oluşturması açısından bilinçli davranırım	⑤ ④ ③ ② ①
33. Benim yaşamımdan farklı yaşam tarzlarına sahip insanlara açığımdır.	⑤ ④ ③ ② ①
34. Yardımseverlik hayatımda bir öncelik değildir.	⑤ ④ ③ ② ①
35. Farklı ülkelerden insanlarla sık sık iletişim kurarım.	⑤ ④ ③ ② ①

journal of sociological context
sosyolojikbağlam dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 173-185
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.5

◆ *Research Article*

Factors that Affect Usage of Educational Information Technologies by Children and Inequalities related with Such Usage

Bengi YANIK İLHAN[**]
0000-0003-1578-8390

Deniz ERER[†*]
0000-0001-9977-9592

ARTICLE INFO

Submitted: 17. 06. 2022
Revision Requested: 20. 07. 2022
Final Revision Received: 25. 07. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Economics
Education Inequality
Information Technologies
Internet Usage
Logistic Regression

ABSTRACT

Usage of Information Technologies by children (6–15-year-olds) is increasing day by day. All schools have adopted online education after the breakout of the Covid-19 Pandemic. This new situation is affected by households' socioeconomic backgrounds. As there are inequalities among households via socioeconomic conditions that lead to education inequalities, the pandemic has exacerbated the existing inequalities related to education. From this point of view, it is crucial to examine the factors that affect the usage of information technologies and the Internet for educational purposes. This paper uses the 2013 Household Information Technologies Usage Survey (HITUS). We estimate the probability of using information technologies and the Internet for education with logistic regression. Age has the highest impact on increasing Internet use for teaching. Being a girl has a negative effect on using the Internet for education. Conversely, being a girl has a positive impact when we use only Internet users as the sample. This means that whenever a girl starts using the Internet, the probability of using it for education is higher for girls than for boys. Educational impact changes based on the sample used. Education increases lead to the rise for all, while it decreases when we use only Internet users. All the regions have a higher probability of using the Internet for education compared to the Southeast. However, regional impacts are changing. Istanbul and the West Black Sea region have the most significant changes in the probability while being in urban areas loses its effect whenever a child starts using the Internet.

[*1]**Corresponding Author**: Bengi Yanık İlhan (Assoc. Prof.), Altınbaş University, School of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of Economics, İstanbul, Turkey bengi.ilhan@altinbas.edu.tr
[*2] Deniz Erer (Dr.), Independent Researcher, Economist, İzmir, Turkey denizerer@hotmail.com
Citing This Article: Yanık İlhan, B. & Erer. D. (2022). Factors that affect usage of educational information technologies by children and inequalities related with such usage. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, *3*(2), 173-185. doi:10.52108/2757-5942.3.2.5

1 Introduction

Widespread use of the Internet by educational institutions has led to changes in traditional educational methods. By learning via the Internet, individuals can save time, remove geographical limitations, and have access to information in less time and with lower costs. On the other hand, by providing education via the Internet, educational institutions can provide personalized education based on the needs and demands of students, less costly and easier. In addition to that, in early March 2020, the spread of the COVID-19 pandemic caused all universities and schools in Turkey to be closed. As a result of this, schools and universities have to use online education as a substitute for face-to-face teaching. This leads to the adaptation to the new situation. Most of the teachers and professors are not familiar with new technologies and methods for dealing with online education. Therefore, to improve the effectiveness of online education, not only educational institutions, teachers, and professors, but also policymakers should reorganize the education strategies and methods. During structuring online education, it is very important to learn the factors that affect individuals in using the Internet for educational purposes.

As stated in the UNICEF reports (UNICEF, 2020a; 2020b), the Covid-19 pandemic has exacerbated educational inequalities. The measures such as school closures taken by the authorities to control the spread of this virus have increased inequalities among the children in families with different socioeconomic conditions (UNESCO, European Commission, 2020). Most school-age children, especially ones in low-income families, have limited opportunities to access digital technologies such as the Internet, computers, and tablets. The UNICEF report (UNICEF, 2020c) stated approximately 31% of school-age children cannot attend distance education because they do not have access to digital technologies. The World Bank report (2021) revealed that Covid-19 pandemic leads to deteriorations in the system of education, and this aggravates educational inequalities. Besides, the studies analyzing the relationship between Internet usage and educational inequality exhibit that the Covid-19 pandemic causes deepened pre-existing social and educational inequality because of the disadvantages in accessing the technologies which are necessary for distance education. These studies also show that the learning opportunities of the children in families with low income are less than ones with high income (Jæger & Blaabæk, 2020; Dreesen et al., 2020; Jones et al., 2021).

In this paper, the Household Information Technologies Usage Survey (HITUS) for children, obtained from the Turkish Statistical Institute through the logit model[3] is used. We estimate the probability of using information technologies and the Internet for educational purposes with the explanatory variables: Childrens' characteristics (age, gender, education level, and, living area-Nuts1 level and urban-rural areas) and household characteristics such as the number of children under 15 years old in the household, house head's characteristics (gender, age, labor market situation) and income. Note that we take the logarithm of income to adjust for the nonlinear effect of extreme values of income. This paper contributes to the literature in terms of education reforms planned by policymakers.

Following this introduction, section 2 presents an overview of the literature review. Section 3 presents data and methodology. Section 4 introduces empirical results. Section 5 concludes the paper by providing some policy recommendations.

2 Literature Review

There are various studies analyzing the determinants of the use of the Internet and digital technologies for educational purposes as one can see in Table 1 (Alkan et al., 2015; Chang et al., 2016; Correa et al., 2017; Alderete, 2019; Daoud et al., 2020; Martinez-Dominguez & Mora-Rivera, 2020; Zhao et al., 2022; Martinez-Dominguez & Fierros-Gonzalez, 2022)[4]. Chang et al. (2016) investigate the differences in Internet use between adolescents living in urban and rural areas in Taiwan. They exhibit that adolescents living in rural areas have a higher frequency of Internet use. Correa et al. (2017) indicate that age is the most important factor in Internet usage because the younger have greater chances to develop their skills. Besides, they show that level of educational attainment is the main driver of Internet use. Alderete (2019) shows that Internet use by children aged 3 to 18 living in low-income places in Argentina is affected by education, level of income, and geographic location. Martinez-Dominguez and Mora-Rivera (2020) revealed that the probability of Internet usage for entertainment purposes is higher for young people, although working-age

[3] Note that, we are able to use only 2013 HITUS because this is the only year that the survey is conducted for children (6-15 year-olds) and the one which is available for researchers. In 2021 HITUS, there is also a module for children; however, it is not available for researchers yet.
[4] Table 1 shows the summary of literature review.

people use the Internet for information and communication purposes. Mertinze-Dominguez and Fierros-Gonzalez (2022) examine the determinants of Internet use for school-age children in Mexico. They find that the probability of Internet use for educational purposes among children depends on economic status, level of schooling, digital skills, and the existence of electronic devices in the household. Zhao et al. (2022) analyze the inequality of the outcomes between urban and rural students in terms of e-learning in China. They conclude that there are differences between urban and rural students, and e-learning self-efficacy, parental support, and intrinsic motivation are the most important factors in these differences.

Some studies investigate the effect of the Covid-19 pandemic on educational inequality in terms of distance learning (Ariyo et al., 2022; Korkmaz et al., 2022). Ariyo et al. (2022) state that the usage of WhatsApp online packages for distance learning plays an important role in school communication in Nigeria during the Covid-19 school closure. Korkmaz et al. (2022) indicate that an increase in Internet access declines educational inequality, and however the Covid-19 pandemic leads educational inequality to rise.

Table 1. Literature Review

Author(s)	Age Range	Country	Method	Findings
Martinez-Dominquez & Fierros-Gonzalez (2022)	6-17	Mexico	Heckman selection model	The probability of Internet use for educational purposes among children depends on economic status, level of schooling, digital skills, and the existence of electronic devices in the household
Chang et al. (2016)	12-15	Taiwan	Multiple regression analyses	There are differences between adolescents living in rural and urban areas.
Alderete (2019)	3-18	Argentina	Heckman selection model	The probability of Internet use of an individual, who lives in a region with low Internet access but medium use, is higher. adolescents living in rural areas have a higher frequency of Internet use.
Zhao et al. (2022)	Middle school students	China	ANOVA	E-learning self-efficacy, parental support and intrinsic motivation are the most important factors in differences between the urban and rural students.
Alkan et al. (2015)	6-15	Turkey	Logistic regression	The Internet usage of children in urban areas is more than the ones in rural areas. Besides, socioeconomic and demographic factors affect children's Internet usage.
Daoud et al. (2020)	Children and young people	World	A systematic review of literature	There is a more positive correlation between Internet usage and educational value.

Ariyo et al. (2022)	Primary and secondary school children	Nigeria	Regression analysis	School communication, household size, socioeconomic status, and income of parents are important for distance learning during the Covid-19 period.
Korkmaz et al. (2022)		OECD	Spatial panel data	An increase in the Internet access decreases educational inequality. The Covid-19 pandemic causes educational inequality to increase especially in the low-income families.
Martinez-Dominguez & Mora-Rivera (2020)		Mexico	Heckman selection model	Internet use patterns change based on demographic properties such as age, and educational level. Besides, working-age people use the Internet for information and communication purposes.
Correa et al. (2017)		Chile	Hierarchical logistic regression	Age, level of education, and social resources are the most important factors in determinants of Internet use. Besides, the existence of children in the household increases Internet use.

3 Data and Methodology

3.1 Data

In this paper, we use the 2013 Information Technologies Usage Survey (HITUS). First of all, we merge the dataset for individuals (older than 15 years old) and the dataset for households by using household ids. Afterward, we append the dataset with the dataset for 6–15-year-olds. Therefore, we have information related to children, their parents, and also households in which they live. We examine the fact that there are some households with no children, so we exclude them from the sample. In addition to that, there are some households where only young individuals live. We also exclude these households from the sample. While creating the variable related to households' head characteristics, we choose the oldest one. If there are two individuals who are of the same age, we choose males as household heads. Then, we recode the ones whose education level is higher. The last recording criteria for household heads is choosing the one who is employed. In the end, we have 6994 observations from 29577.

Table 2 shows descriptive statistics for total girls and boys under 15 years of age. There are 6994 observations. For the total sample, the mean age of children is 10, and the mean age of household head is 44. The families have 2 children on average. 67.48% of household heads are employed. 41.72% of household heads are primary school graduates, 10.10% of them are secondary school graduates, 19.87% are high school graduates, and 6.7% of them are university graduates. 35.77% of households have a desktop, and 23.20% of them have a laptop. 40.43% of children under 15 use the Internet for educational purposes. 68.8% of them live in urban areas. The regions where children live and their percentages are distributed as follows: 11.11% in Istanbul, 3.56% in West Marmara, 8.8% in Aegean, 7.52% in East Marmara, 8.56% in West Anatolia, 11.3% in the Mediterranean, 6.34% in Central Anatolia, 5.71% in West Black Sea, 3.64% in East Black Sea, 7.8% in Northeast, 9.73% in Central East, and 15.8% in Southeast. As seen in Table 1, 39.65% of the girls under 15 use the Internet for educational purposes, while this ratio is 41.11% for boys. The ratio

of having a desktop computer is 33.88% for girls, while it is 37.48% for boys. Besides, 23.97% of the girls have laptops, while 22.51% of the boys have one.

Table 2. Descriptive Statistics

Definition	Variable	Total			Girls			Boys		
		obs	mean	Sd	Obs	mean	sd	obs	mean	Sd
Age of children	age	6994	10.162	2.576	3329	10.232	2.572	3665	10.099	2.579
Size of household	hhsize	6994	4.986	2.027	3329	5.057	2.024	3665	4.921	2.028
Age of household head	head_age	6994	44.656	10.430	3329	44.760	10.402	3665	44.562	10.456
Number of children under 15 age	n_hhchildunder 15	6994	2.055	1.112	3329	2.112	1.127	3665	2.003	1.096
Household head in employment	hhead_emp	6994	0.674	0.468	3329	0.676	0.467	3665	0.673	0.469
Female Household head	hheadF	6994	0.218	0.413	3329	0.214	0.410	3665	0.222	0.416
Household head with no diploma	hhead_nodip	6994	0.215	0.411	3329	0.214	0.410	3665	0.215	0.411
Household head with primary school	hhead_prim	6994	0.417	0.493	3329	0.410	0.492	3665	0.422	0.494
Household head with no diploma	hhead_sec	6994	0.101	0.301	3329	0.106	0.308	3665	0.096	0.294
Household head with secondary school	hhead_high	6994	0.198	0.399	3329	0.203	0.403	3665	0.193	0.395
Household head with university	hhead_uni	6994	0.067	0.250	3329	0.063	0.243	3665	0.070	0.256
Having a destop in hh	hh_destop	6994	0.357	0.479	3329	0.338	0.473	3665	0.374	0.484
Having a laptop in hh	hh_laptop	6994	0.232	0.422	3329	0.239	0.426	3665	0.225	0.417
Hh log income	lnincome	6992	6.956	0.822	3328	6.943	0.822	3664	6.968	0.822
Internet use for purpose of education	intfor_Edu	6994	0.404	0.490	3329	0.396	0.489	3665	0.411	0.492
Household living in urban	urban	6994	0.688	0.463	3329	0.681	0.465	3665	0.693	0.461
Household living in İstanbul	istanbul	6994	0.111	0.314	3329	0.115	0.319	3665	0.108	0.311
Household living in West Marmara	west_marmara	6994	0.035	0.185	3329	0.033	0.180	3665	0.037	0.189
Household living in Aegean	aegean	6994	0.088	0.283	3329	0.087	0.282	3665	0.088	0.284
Household living in East Marmara	east_marmara	6994	0.075	0.263	3329	0.076	0.265	3665	0.074	0.262
Household living in Anatolia	west_anatolia	6994	0.085	0.279	3329	0.081	0.273	3665	0.089	0.285
Household living in Mediterrian	mediterrian	6994	0.113	0.316	3329	0.108	0.311	3665	0.117	0.321
Household living in Central Anatolia	central_anatolia	6994	0.063	0.243	3329	0.063	0.243	3665	0.063	0.244
Household living in West Black Sea	west_blacksea	6994	0.057	0.232	3329	0.059	0.237	3665	0.054	0.227
Household living in East Blacksea	east_blacksea	6994	0.036	0.187	3329	0.034	0.182	3665	0.038	0.191
Household living in Northeast	northeast	6994	0.078	0.268	3329	0.085	0.279	3665	0.071	0.257
Household living in Central East	central_east	6994	0.097	0.296	3329	0.091	0.288	3665	0.102	0.303
Household living in Southeast	southeast	6994	0.158	0.364	3329	0.162	0.369	3665	0.153	0.360

3.2 Methodology

The logit model is used to analyze the determinants of the probability of Internet use for educational purposes. The logit model is a statistical model used to examine the relationship between binary response probability and independent variables (Trueck & Rachey, 2009). In this model, the

dependent variable is a binary variable taking the value 0 or 1, and it is defined as whether or not children (6-15 years old) use the Internet for the purposes of education. The relationship between the probability of the Internet usage and independent variables is estimated by using Maximum Likelihood Estimation (Singh, 2004).

The logit model is defined as follows (Davidson and MacKinnon, 1999):

$$P_i = \frac{1}{1+e^{-(\beta x_i)}} \qquad i = 1,2,\cdots,n \qquad (1)$$

where $Z_i = \beta x_i$

$$P_i = \frac{1}{1+e^{-Z_i}} \qquad (2)$$

Equation (2) is known as the cumulative logistic distribution function (Brooks, 2008). In the logit model, the probability of success (P) is not constant, and depends on X. In other words, it changes from an observation to another (Stock and Watson, 2003).

$$\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \frac{1+e^{Z_i}}{1+e^{-Z_i}} \qquad (3)$$

where $\left(P_i/(1-P_i)\right)$ is the odds ratio. The odds ratio can be defined as the ratio of probablity of an output to the other. If the natural logarithm of the odds ratio is taken, it is obtained as follows:

$$L_i = log\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \sum_{j=0}^{k} \beta_j X_{ij} \qquad (4)$$

Equation (4) is a logistic transformation of the P probability. With this transformation, the logit model is linearized. As P goes from 0 to 1, the logit L goes from $-\infty$ to $+\infty$ (Gujarati, 2004).

4 Empirical Results

Table 3 shows the estimation results of the probability of Internet usage for girls, boys, and all. First, we estimate the models by using the whole sample, and then, we estimate them by restricting the sample. We restrict the sample by including the kids who are using the Internet. Briefly, "ALL" refers for the whole sample, while "Internet Users" refers to only Internet users.

As it is seen from the results for all girls, an increase in age enhances the probability of using the Internet for education. This probability is higher for the children in secondary school, while it is lower for the children in vocational secondary school than the ones in primary school. When the number of children under the age of 15 rises, the probability of using the Internet for education decreases. An increase in the level of income enhances this probability. The probability of Internet usage for educational purposes by household heads with primary, secondary, high school, and university degrees are higher than household heads with no diploma. The children living in urban areas have a higher probability of Internet usage for education than those who live in rural areas. Similarly, this probability is higher for the children who live in North East, East Black Sea, West Black Sea, Central Anatolia, East Marmara, Aegean, and West Marmara regions and in Istanbul than those who live in South East. According to the results obtained for Internet-user girls, the probability of using the Internet for education rises when age increases. The probability of using the Internet for the education of a girl, who is a student in secondary, generally high, and vocational high school, is lower than the probability of a girl who is a primary school student. An increase in the number of children under the age of 15 decreases the probability of using the Internet for education. The probability of using the Internet for education for the children living in the West Black Sea, East Marmara, and Istanbul is higher than for those who live in the Southeast. The other variables do not have any significant effect on the probability of using the Internet for education.

According to the results obtained for all boys, an increase in age rises the probability of using the Internet for education. The children in secondary and general high school have a higher probability of using the Internet for education, while the probability is lower for boys in vocational secondary school than those in primary school. An increase in the number of children under the age of 15 decreases this probability. The level of income enhances the probability of using the Internet for education. Similarly, this probability is higher for household heads with primary, secondary, high school, and university degrees than the household heads with no diploma. The children living in urban areas have a higher probability of using the

Internet for education than those who live in rural areas. This probability is higher for the children living in the West Black Sea, East Black Sea, Central Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara, and Istanbul than for those living in Southeast.

For the case of Internet-user boys, age has a positive effect on the probability of using the Internet for education, as well. The probability of using the Internet for education for the children in secondary and vocational secondary schools is less than for those in primary school. The household heads who have university degrees have a higher probability than household heads with no diploma. This probability is higher for the children living in Central East, East Black Sea, West Black Sea, Mediterranean, West Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara, and Istanbul than those who live in Southeast.

The results obtained for all samples show that an increase in age rises the probability of using the Internet for education. The children in secondary and general high school have a higher probability of using the Internet for education than the ones in primary school. However, this probability is less for the children in vocational secondary school. When the number of the children under the age of 15 increases, the probability of using the Internet for education decreases. The income of the household head affects this probability positively. The household heads with primary, secondary, high school, and university degrees have a higher probability of using the Internet for education than the ones with no diploma. The probability of using the Internet for the education of the children living in urban areas is higher than the ones who live in rural areas. This probability is higher for the children living in East Black Sea, West Black Sea, Central Anatolia, Mediterranean, West Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara and Istanbul than the children who live in Southeast.

According to the results for all Internet users, an increase in age enhances the probability of using the Internet for education. This probability is less for the children in secondary, vocational secondary, and general high schools than the ones in primary school. The children living in Central East, Mediterranean, West Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara and Istanbul have a higher probability of using the Internet for education than those living in Southeast.

Table 3. Probability of Using the Internet for Education

	GIRLS				BOYS				TOTAL			
	All (Model1)		Internet Users (Model2)		All (Model3)		Internet Users (Model4)		All (Model5)		Internet Users (Model6)	
intfor_Edu												
Age	0.363***	*(0.029)*	0.626***	*(0.075)*	0.400***	*(0.026)*	0.499***	*(0.051)*	0.382***	*(0.019)*	0.537***	*(0.042)*
Secondary	0.337**	*(0.134)*	-0.644**	*(0.296)*	0.240*	*(0.123)*	-0.458**	*(0.212)*	0.272***	*(0.090)*	-0.488***	*(0.171)*
voc_sec	-1.020**	*(0.485)*	0.000	*(.)*	-0.977*	*(0.564)*	-2.235***	*(0.784)*	-0.998***	*(0.367)*	-2.003***	*(0.686)*
general_high	0.148	*(0.401)*	-1.855**	*(0.885)*	1.445**	*(0.602)*	-0.765	*(0.812)*	0.585*	*(0.329)*	-1.215**	*(0.593)*
voc_high	-0.521	*(0.594)*	-2.442**	*(1.181)*	0.000	*(.)*	0.000	*(.)*	0.379	*(0.514)*	-0.951	*(1.064)*
n_hhchildunder15	-0.271***	*(0.051)*	-0.219*	*(0.113)*	-0.251***	*(0.048)*	0.002	*(0.094)*	-0.261***	*(0.035)*	-0.084	*(0.072)*
hhead_emp	0.002	*(0.134)*	-0.522	*(0.329)*	0.048	*(0.128)*	-0.139	*(0.237)*	0.031	*(0.092)*	-0.236	*(0.191)*
Lnincome	0.517***	*(0.099)*	0.013	*(0.138)*	0.466***	*(0.076)*	-0.122	*(0.140)*	0.484***	*(0.061)*	-0.038	*(0.099)*
hhead_prim	0.711***	*(0.161)*	-0.341	*(0.434)*	0.328**	*(0.146)*	0.348	*(0.300)*	0.496***	*(0.108)*	0.153	*(0.245)*
hhead_sec	1.110***	*(0.203)*	-0.112	*(0.539)*	0.648***	*(0.197)*	-0.083	*(0.338)*	0.863***	*(0.140)*	-0.034	*(0.286)*
hhead_high	1.235***	*(0.194)*	-0.186	*(0.477)*	0.833***	*(0.180)*	0.359	*(0.335)*	1.016***	*(0.131)*	0.191	*(0.273)*
hhead_uni	1.399***	*(0.279)*	-0.537	*(0.527)*	1.386***	*(0.247)*	0.807**	*(0.395)*	1.382***	*(0.185)*	0.282	*(0.311)*
hheadF	0.352**	*(0.147)*	0.014	*(0.332)*	0.300**	*(0.139)*	0.168	*(0.244)*	0.330***	*(0.101)*	0.127	*(0.195)*
hhead_age	0.000	*(0.006)*	-0.021	*(0.013)*	0.001	*(0.005)*	-0.007	*(0.010)*	0.001	*(0.004)*	-0.011	*(0.008)*
Urban	0.433***	*(0.115)*	0.048	*(0.268)*	0.682***	*(0.109)*	0.022	*(0.208)*	0.559***	*(0.078)*	-0.017	*(0.163)*
central_east	0.227	*(0.214)*	0.511	*(0.637)*	0.062	*(0.193)*	1.072**	*(0.421)*	0.137	*(0.142)*	0.865**	*(0.348)*
Northeast	0.379*	*(0.216)*	0.281	*(0.651)*	0.108	*(0.212)*	0.399	*(0.406)*	0.243	*(0.151)*	0.337	*(0.337)*
east_blacksea	0.925***	*(0.253)*	-0.469	*(0.520)*	1.053***	*(0.242)*	1.379***	*(0.440)*	0.976***	*(0.175)*	0.591*	*(0.328)*
west_blacksea	1.130***	*(0.229)*	1.393**	*(0.637)*	0.864***	*(0.219)*	1.118***	*(0.379)*	0.985***	*(0.158)*	1.136***	*(0.313)*
central_anatolia	1.051***	*(0.211)*	-0.060	*(0.445)*	0.776***	*(0.219)*	0.477	*(0.320)*	0.905***	*(0.152)*	0.277	*(0.255)*
Mediterranean	0.788***	*(0.184)*	0.100	*(0.437)*	1.013***	*(0.171)*	1.125***	*(0.297)*	0.907***	*(0.124)*	0.752***	*(0.238)*
west_anatolia	0.902***	*(0.203)*	0.412	*(0.448)*	1.057***	*(0.194)*	1.550***	*(0.326)*	0.980***	*(0.140)*	1.136***	*(0.257)*
east_marmara	1.433***	*(0.201)*	0.963**	*(0.480)*	1.399***	*(0.187)*	0.963***	*(0.290)*	1.408***	*(0.137)*	0.917***	*(0.240)*
Aegean	1.267***	*(0.198)*	0.020	*(0.425)*	1.318***	*(0.191)*	0.762**	*(0.300)*	1.292***	*(0.137)*	0.457*	*(0.235)*
west_marmara	1.593***	*(0.287)*	-0.467	*(0.487)*	1.803***	*(0.252)*	1.292***	*(0.361)*	1.702***	*(0.188)*	0.568**	*(0.278)*
Istanbul	1.478***	*(0.189)*	0.909**	*(0.429)*	1.247***	*(0.184)*	1.443***	*(0.299)*	1.360***	*(0.132)*	1.242***	*(0.238)*
Girl									-0.115*	*(0.061)*	0.513***	*(0.112)*
_cons	-9.404***	*(0.780)*	-2.391	*(1.475)*	-9.235***	*(0.620)*	-3.322***	*(1.145)*	-9.219***	*(0.488)*	-3.419***	*(0.892)*
N	3093		1460		3389		1780		6496		3263	
Aic	3144.107		833.736		3417.006		1385.287		6543.581		2212.282	
Bic	3307.104		971.177		3576.342		1527.880		6733.391		2382.814	
Ll	-1545.054		-390.868		-1682.503		-666.643		-3243.790		-1078.141	
chi2type	Wald		Wald		Wald		Wald		Wald		Wald	
chi2	662.853		154.825		810.218		203.628		1457.016		326.259	
P	0.000		0.000		0.000		0.000		0.000		0.000	
Rho												
p_c												

Standard errors in parentheses, *** Significant at the 1% level; ** significant at the 5% level *significant at the 10% level. Robust Standard Errors)

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Base: Male, Primary, South East Region, Rural, Hhead_nodiploma

Table 4 shows the changes in probabilities for model 6. This table helps us to easily read the probability changes when there is a change in the explanatory variable. The first column shows the probability changes while the explanatory variable increases from min to max. The second column represents the change in probability when there is a change from 0 to 1. Increasing age by one year leads to an increase of 0.01 points in probability. Being a girl increases it by 0.11 points. Being in secondary, vocational secondary, general high, or vocational high schools causes decreases of 0.07, 0.19, 0.20, 0.12 points in probability, respectively. The number of children under 15 decreases by 0.014 points. The household head's being employed leads to a decrease by 0.04 points. Being a household head with a primary, secondary, high school, or university degree leads to increases of 0.041, 0.003, 0.053, and 0.071 points in probability, respectively. Living in urban areas causes an increase by 0.009 points in probability. Living in Central Asia, Northeast, East Black Sea, West Black Sea, Central Anatolia, Mediterranean, West Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara, and Istanbul, respectively, cause rises by 0.19, 0.09, 0.15, 0.28, 0.05, 0.16,0.24, 0.21, 0.08, 0.11 and 0.27 points in probability.

To sum up, age has the highest impact on the increase in the use of the Internet for education. Being a girl has a negative effect on the use of the Internet for education, while, on the other hand, being a girl has a positive effect when we use only Internet users as the sample. This means that whenever a girl starts using the Internet, the probability of using it for education is higher than a boy. There is another important finding regarding education level. Educational impact changes concerning the sample used. As the level of education increases, it leads to an increase in the probability of the use of the Internet for all; however, it decreases when we use only Internet users. All the regions have a higher probability of using the Internet for education compared to the Southeast region while being in urban areas loses its effect whenever a child starts using the Internet. There is an interesting finding related to household income: as income increases, using the Internet for education increases; on the other hand, this result is the opposite for Internet users. Due to the fact that a child needs to have a laptop or desktop for using the Internet, the probability of using the Internet for education is more likely to have a relationship with having a desktop or a laptop. However, if a child is already using the Internet, then, as the income increases, s/he will be more likely to use the Internet for other reasons (not for education).

Tablo 4. Changes in Probabilities for Model 6

			TOTAL Internet users		
	min->max	0->1	-+1/2	-+sd/2	MargEfct
Age	0.711	0.010	0.094	0.230	0.094
Girl	0.108	0.108	0.097	0.048	0.097
Secondary	-0.071	-0.071	-0.080	-0.039	-0.080
voc_sec	-0.191	-0.191	-0.300	-0.040	-0.305
general_high	-0.200	-0.200	-0.326	-0.077	-0.333
voc_high	-0.0129	-0.129	-0.164	-0.020	-0.165
n_hhchild~15	-0.0661	-0.014	-0.014	-0.011	-0.014
hhead_emp	-0.0430	-0.043	-0.045	-0.020	-0.045
Lnincome	-0.091	-0.008	-0.007	-0.005	-0.007
hhead_prim	0.041	0.041	0.039	0.019	0.039
hhead_sec	0.003	0.003	0.003	0.001	0.003
hhead_high	0.053	0.053	0.050	0.022	0.050
hhead_uni	0.070	0.0707	0.065	0.020	0.065
hheadF	0.023	0.023	0.022	0.008	0.022
hhead_age	-0.086	-0.002	-0.001	-0.016	-0.001
Urban	0.009	0.009	0.008	0.003	0.008
central_east	0.194	0.194	0.164	0.036	0.165
Northeast	0.097	0.097	0.088	0.017	0.088
east_blacksea	0.150	0.150	0.131	0.025	0.131
west_blacksea	0.280	0.280	0.229	0.053	0.231
central_anatol	0.059	0.059	0.055	0.014	0.055
Mediterrian	0.168	0.168	0.145	0.046	0.145

west_anatol	0.247	0.247	0.204	0.063	0.206
east_marmara	0.213	0.213	0.179	0.055	0.180
Aegean	0.098	0.098	0.089	0.028	0.089
west_marmara	0.115	0.115	0.102	0.023	0.103
Istanbul	0.276	0.276	0.226	0.081	0.228
N	3553				

5 Conclusion

In this paper, the Household Information Technologies Usage Survey (HITUS) for children, obtained from the Turkish Statistical Institute, is used. The probability of using information technologies and the Internet for the purpose of education with explanatory variables is estimated. As we have found, age, the level of education, the number of children under the age of 15, and living in West Black Sea, East Marmara, and Istanbul significantly affect the probability of using the Internet for education for girls who are Internet users. Similarly, age, the children's being in secondary and vocational secondary schools, household head with a university degree, living in Central East, East Black Sea, West Black Sea, Mediterranean, West Anatolia, East Marmara, Aegean, West Marmara and Istanbul have significant impacts on the probability of Internet use for boys who are Internet users.

Briefly, age has the highest impact on the increase of the probability of using the Internet for education. Being a girl has a negative effect on the probability of using the Internet for education, while, on the other hand, being a girl has a positive effect when we use only Internet users as the sample. This means that whenever a girl starts using the Internet, the probability of using it for education is higher than for boys. For the case of education, the level of educational impact changes concerning the sample used. As education increases, it leads to an increase in the probability of using the Internet for education for all; however, when we use only Internet users, the probability decreases. All the regions have a higher probability of using the Internet for education, compared to the Southeast, while being in urban areas loses its effect whenever a child starts using the Internet. When income increases, using the Internet for education increases, but this result is the opposite for Internet users.

From these results, it can be concluded that using only financial subsidies to encourage children to use the Internet will not lead to an increase in the use of the Internet for educational purposes. Therefore, other mechanisms should be used if the aim is to increase the use of the Internet for educational purposes. These mechanisms may be put in place through training and workshops about the advantages of online education aimed at children. However, during the Covid-19 Pandemic, online education methods started to be utilized. All schools and universities have adopted online education after the Covid-19 Pandemic. To examine the impact of the Pandemic on the use of the Internet for education and to compare their findings with the ones in this research, we need to conduct another research which also includes the data after Covid-19 Pandemic.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The authors declare no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The authors received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

References

Alderete, M. V. (2019). Examining the drivers of internet use among the poor: The case of Bahía Blanca city in Argentina. *Technology in Society*, *59*, 101-179.

Alkan, Ö., Oktay, E., & Genç, A. (2015). Determination of factors affecting the children's internet use. *American International Journal of Contemporary Research*, *5*(6), 57-67.

Ariyo, E., Amurtiya, M., Lydia, O. Y., Oludare, A., Ololade, O., Taiwo, A. P., ... & Ogunniyi, D. (2022). Socio-demographic determinants of children home learning experiences during COVID 19 school closure. *International Journal of Educational Research Open*, *3*, 100-111.

Brooks, C. (2008*). Introductory econometrics for finance*. New York: Cambridge University Press.

Chang, F. C., Miao, N. F., Chiu, C. H., Chen, P. H., Lee, C. M., Chiang, J. T., & Chuang, H. Y. (2016). Urban–rural differences in parental Internet mediation and adolescents' Internet risks in Taiwan. *Health, Risk & Society*, *18*(3-4), 188-204.

Correa, T., Pavez, I., & Contreras, J. (2017). Beyond access: A relational and resource-based model of household Internet adoption in isolated communities. *Telecommunications Policy*, *41*(9), 757-768.

Daoud, R., Starkey, L., Eppel, E., Vo, T. D., & Sylvester, A. (2020). The educational value of internet use in the home for school children: A systematic review of literature. *Journal of Research on Technology in Education*, *53*(4), 353-374.

Davidson, R. & Mackinnon, J. G. (1999). *Econometric theory and methods*. New York: Oxford University Press

Dreesen, T., Akseer, S., Brossard, M., Dewan, P., Giraldo, J. P., Kamei, A., ... & Ortiz, J. S. (2020). *Promising practices for equitable remote learning: Emerging lessons from COVID- 19 education responses in 127 countries*.

European Commission (2020). *Educational inequalities in Europe and physical school closures during COVID-19.* Fairness Policy Brief Series 04/2020. Fetzer, Thiemo, Lukas Hensel, Johannes Hermle, Christopher Roth

Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics*. McGraw- Hill, Boston.

Jæger, M. M., & Blaabæk, E. H. (2020). Inequality in learning opportunities during Covid-19: Evidence from library takeout. *Research in Social Stratification and Mobility*, *68*, 100524.

Jones, N., Tapia, I. S., Baird, S., Guglielmi, S., Oakley, E., Yadete, W. A., ... & Pincock, K. (2021). Intersecting barriers to adolescents' educational access during COVID-19: Exploring the role of gender, disability and poverty. *International Journal of Educational Development*, 102428.

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3(2) 186-202
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.6

Derleme Makale ◆ Review Article

Sosyal Bilişim Perspektifinden Bireyselleşme ve Yalnızlaşma Sorunu Üzerine Bir Analiz

An Analysis of the Problem of Individualization and Loneliness from the Perspective of Social Informatics

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL*

0000-0003-2411-9500

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 14. 05. 2022
Düzeltme Talebi: 16. 06. 2022
Son Düzeltme: 23. 06. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Sosyoloji
Sosyal Bilişim
Yalnızlaşma
Dijital Toplum
Toplum 5.0

ÖZ

Determinist yaklaşım, toplumların, kullandıkları teknolojiler tarafından belirlendiklerini ifade etmektedir. Dijital toplum kavramı, birinci endüstri devriminden itibaren teknolojilerin, söz konusu etkiyi giderek arttırmasının bir göstergesidir. Günümüzde dijital bilgi ve iletişim teknolojileri artık toplumsal yapının bir elementi haline geldiği düşünülebilir. Bu teknolojinin toplumsal iletişim ve etkileşiminde kullanılması, kültürel yapının buna göre şekillenmesini getirmektedir. Buna karşın sanayi devrimlerinin birey ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri de devam etmektedir. Bireyselleşme ve yalnızlaşma bu sorunlardandır. Toplumdan kopmadan toplumsallaşmanın bir yolu olarak da alınabilen bireysellikte, davranışların yalnızlaşmayla sonuçlanması, toplumsal bir varlık olan insanda psikolojik ve sosyolojik travmalara sebep olabilmektedir. Özellikle yaşlı nüfusun olumsuz etkilendiği yalnızlaşmaya karşı bir takım çözümlerin sunulması, bu travmaların engellenebileceği saikiyle önem arz etmektedir. Hali hazırdaki çalışmada, yalnızlaşmaya götüren bir süreç olarak olumsuz bireyselleşme bir sorun olarak algılanmakta ve bu sorunun çözümleri üzerinde durulmaktır. Literatür taraması yöntemiyle araştırılan konu kapsamında ulaşılan veriler nitel yaklaşım sınırları içinde kavramsal bir bütün oluşturacak şekilde analiz edilmiştir. Bu kapsamda ulaşılan sonuca göre içinde bulunduğumuz bilgi toplumundan bir sonraki aşama olduğu kaydedilen ve inşa edilmiş bir teknolojik toplum olarak tarif edilen Toplum 5.0'da, sosyal bilişim (social informatics) biliminden destek alınarak yalnızlaşmaya karşı bir takım çözümlerin geliştirilebildiği tespit edilmiştir. Dijital teknolojilerin sunduğu olanaklarla bu çözümlerin uygulanması durumunda, genç ve yaşlı nüfus, bir arada, kabiliyetlerine uygun olarak istedikleri biçimlerde ekonomik ve sosyal etkinliklerde bulunabilmektedir. Belirli işbirlikleri çerçevesinde gerçekleşen bu faaliyetler, hem sosyal hem de ekonomik olarak kümülatif bir değere dönüşebilmektedir. Böylece bireysel davranışlar yalnızlaşmaya götüren bir eylem olmaktan çıktığı gibi olası sosyal ve psikolojik travmaların da önüne geçilebilir.

1**Yazar İletişim/ Corresponding Author:** Abdulkadir Büyükbingöl (Dr.), İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye abuyukbingol@gelisim.edu.tr
Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Büyükbingöl, A. (2022). Toplum 5.0 ve dijital toplum perspektifinden bireyselleşme ve yalnızlaşma sorununa çözüm odaklı bir araştırma. *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 3*(2), 186-202. doi:10.52108/2757-5942.3.2.6

ARTICLE INFO

Submitted: 14. 05. 2022
Revision Requested: 16. 06. 2022
FinalRevisionReceived: 23. 06. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Sociology
Social Informatics
Loneliness
Digital Society
Society 5.0

A B S T R A C T

The deterministic approach states that societies are determined by the technologies they use. The concept of digital society indicates the increasing effect of technologies since the first industrial revolution. Today, digital information and communication technologies can be considered an element of the social structure. The use of this technology in social communication and interaction brings about the shaping of the cultural structure accordingly. On the other hand, the adverse effects of industrial revolutions on individuals and society continue. Individualization and isolation are among these problems. Individualism, which can be taken as a way of socialization without breaking away from society, can cause psychological and sociological traumas in a human being who is a social being, as behaviors result in isolation. It is essential to offer some solutions against loneliness, which negatively affects the elderly population, with the thought that such traumas can be prevented. In the current study, negative individualization as a process leading to loneliness is perceived as a problem, and the solutions to this problem are emphasized. The data obtained within the scope of the researched subject by the literature review method were analyzed within the limits of the qualitative approach to form a conceptual whole. According to the result reached in this context, it has been determined that in Society 5.0, which is defined as the next stage of the information society we live in and described as a built technological society, some solutions against loneliness can be developed with the support of social informatics. If these solutions are implemented with the opportunities offered by digital technologies, the young and old population can engage in economic and social activities together by their abilities. These activities, realized within the framework of specific collaborations, can become a cumulative value socially and economically. Thus, individual behaviors are not only an action that leads to loneliness but also possible social and psychological traumas can be prevented.

1 Giriş

Bilgi çağının başlarından itibaren dijital teknolojiler alanında yapılan çalışmalar, günümüzde toplumsal yaşamı da içine alacak şekilde genişlemiştir. 1956'da Alman bilişimci Karl Steinbuch ve mühendis Helmut Gröttrup tarafında ilk kez kullanılan *bilişim* terimi (wikipedia.org), günümüzde bu alandaki çalışmalarla ilgili bilim alanın genel adı olarak kullanılmaktadır. İnsanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlarda kullandığı bilginin düzenlenmesi, iletilmesi ve akla uygun bir biçimde işlenmesi için yeni teknolojilerin geliştirilmesi bu bilim alanının temel çalışma konularını temsil etmektedir (Türk Dil Kurumu Sözlükleri). Bunun yanında bilişim bilimi de artık alt dallarına ayrılmış; *bilgi işlem, mühendislik ve sosyal bilişim* olarak yeni uzmanlık alanlarını doğurmuştur. Bu alt dallardan *sosyal bilişim,* bilgisayarlaşmayla birlikte ortaya çıkan bilgi ve iletişim teknolojilerini (BİT) odağına alarak bilgi ve bilgi sistemlerini, bunları kullanan kişileri ve kullanım özelliklerini, yeni iletişim yollarının insan ve toplumla olan ilişkisini araştıran bağımsız bir disiplin haline gelmiştir (Öztemiz, 2018: 309). Toplumların kültürel yapısına olan etkisi baz aldığında ve tarihsel kökenlerine uygun bir istikamet takip edildiğinde, toplumsal iletişim ve etkileşiminin odağındaki BİT ve onun etkilerinin ayrı bir bilimsel disiplin alanı olarak algılanması doğal gelmektedir. Dolayısıyla, bu kapsamdaki çalışma alanı için "sosyal bilişim" adının seçilmesi (Kling, 2007: 216) isabetli görünmektedir.

Sosyal bilişimin, yeni iletişim yollarını ve bunun insan ve toplumla ilişkisi üzerine durduğunun bilinmesi, sosyal iletişim ve etkileşim aracı olan BİT'in sunduğu imkânlardan yararlanılarak bu disiplin içinde bir takım sosyal problemlere çözüm geliştirilebileceği akla gelmektedir. Bu bakışla, modern dönemin meselelerinden biri olan bireyselleşme ve giderek kronik bir sorun haline gelen yalnızlaşma bu çerçevede ele alınabilir. Bireysel hareket edebilme ve gereksinimlerini karşılama kabiliyeti şeklinde değerlendirilen bireyselleşme, sağlıklı yollardan gerçekleşmediğinde bir komplikasyon olarak yalnızlaşmayla sonuçlandığı aktarılmaktadır (Cezayirli, 2004: 51). Bireysel özgürlükleri geliştirmenin aksine, bencilliğe düşerek toplumsal uyumu ve kişiler arası ya da birey ve toplum ilişkilerindeki dengeleri bozabilen bireyselleşmenin zamanla yalnızlaşmaya götürmesi, toplumsal bir varlık olan insanda psikolojik ve sosyolojik travmalara sebep olabilmektedir. Özellikle yaşlı nüfus üzerinde olumsuz etkilerinin somutlaştığı yalnızlaşma sorununa karşı bir takım çözümlerin sunulması söz konusu travmaların önlenmesi açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla, BİT'in sunduğu imkânlarla bu soruna karşı durulup durulmayacağı araştırmaya değer bir konu olarak değerlendirilmiştir.

Sorunlu bireyselleşme ve yalnızlaşma durumu açıklanarak özellikle yaşlı bireylerin, toplumsal bir değer olarak algılanması ve onların yaşamını etkileyen psikolojik travmaların önüne geçebilecek bir takım faaliyetlerin açıklanması bu araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda ilgili literatür taranmış, elde edilen bulgular nitel araştırma tekniklerine uygun olarak analiz edilmiştir. Böylece genç ve yaşlı bireylerin ekonomik ve sosyal alanlarda işbirliğinin imkânları incelenmiş, sosyal bilişimin bireysel davranışlara ve yalnızlaşma sorununa etkisi görünür kılınmıştır. Ayrıca Endüstri 4.0'ın "akıllı/bilgi toplumundan sonraki aşama olarak kaydedilen Toplum 5.0'ın süper akıllı toplumuna ulaşıldığında teknolojik olanaklar sayesinde genç ve yaşlı nüfusun bir arada, kabiliyetlerine uygun olarak ve istedikleri biçimlerde ekonomik ve sosyal etkinliklere katılabilmenin yolları da açıklanmıştır. Bir hayal gücü toplumunun oluşturulabilmesi için tüm kesimlerden faydalanılması bağlanımda ele alınan sosyal bilişim kabiliyetlerinin (KEİDANREN, 2017: 2), farklı sosyal çözümler için değerlendirileceği de bu kapsamda ortaya çıkmaktadır. Ancak bu çalışmada, bireysel davranışların, toplumsallaşmaya dönük etkiler yaratabilecek şekilde yönlendirilebilmesi ile sınırlı kalınmıştır. Böylece kümülatif bir değer yaratılabilmesi ve yalnızlaşma komplikasyonlarının engellenebilmesine odaklanılmıştır. Yapılacak işlevsel işbirlikleri ile süper akıllı topluma doğru gerçekleşen paradigmal değişime uygun olarak sosyal ve ekonomik değerler üretilirken yalnızlaşma gibi sosyal sorunlardan kaynaklanan psikolojik travmaların engellenebilmesi geleceğe dönük önemli bir kazanım olarak değerlendirilebilir.

2 Toplumsallaşma Sürecinin Sınırları

Kültürel etkinliklerin pratik ortamı olan bir topluma, bireyin uyum sağlama süreci toplumsallaşma olarak tanımlanmaktadır (Cezayirli, 2004: 39). Bu düşünceye göre toplumsallaşma sürecinde bireysel ve toplumsal değerlerin ve normların birbirleriyle çatışmayacak özellikte olması da

gerekmektedir. Çünkü toplumun külliyatı göz önünde bulundurularak bireysel seçimlerin özgürce yaşanabileceği toplumsal ortamların var olması, toplumsallaşma sürecinin sağlıklı bir biçimde gerçekleşebilmesi için önemlidir. Burada sağlıklı bir toplumsallaşma için sürü bilinciyle atalarından devraldıkları toplumsal yapıyı bilinçsizce bir bağımlılığa dönüştürmeleri ve bu mirası yeniden üretmeleri bir olumsuzluk olarak değerlendirilmektedir. Bunun tersine, kendi bireyselliğini fark ederek öteki bireylerin de toplumsal varlıklarını kabul etmiş kişilerin, özgürce yaptığı seçimlerinin bir sonucu olarak bütünün yararına olacak şekilde topluma bağlılık geliştirmektedirler. Yani burada bilinçli ve gönüllü olarak toplumsal sorumluluğun üstlenilmesi söz konusudur. Özgür olmanın kişinin yapabileceğini istemesine, yapmak zorunda olduğunu yapmak istememesine ve başaramayacağını asla arzulamamasına bağlı olduğunu ifade eden Bauman'ın da bu görüşü desteklediği söylenebilir (Bauman, 2001: 87). Uygun biçimde toplumsallaşmış bireyin bu şekilde gelişeceği savunulan bu düşünceye göre, istekleri ile yetenekleri arasında uyumsuzluk ya da çatışma yaşamadığında, yapamayacağı şeyi farkında olup onu istemediğinde, sadece yapması gerekeni yaptığında birey, toplumsal gerçekliği engelleyici ve sinir bozucu kısıtlamalar ağı olmaktan çıkararak, kendisini gerçekten özgür ve mutlu hissedecektir.

Doğanın bilinçli ve gerçek hâkimi olduğunu bilen insanların kendi toplumsallaşmalarının efendileri haline gelerek, kendilerini kuşatan yaşam koşullarını egemenliği ve kontrolü altına aldığını belirten Engels, böylece kendi toplumsal edimlerinin yasalarını tam olarak kullanmaya başladıklarını belirtmektedir. Bu düşünceye göre aydınlanma ile gelen bu kabiliyetle us, insanların, kendilerini görünmez ilişkiler karşısındaki korkudan kurtarmak amacıyla kendi doğal ve toplumsal çevrelerini tanımalarına ve biçimlendirmelerine aracılık etmektedir (Demirović, 2007: 29). Aynı kaynak Marks ve Engels'in görüşlerini takip eden Horkheimer'in olumlu yönde değerlendirdiği toplum kavramının, toplumsal gelişmelerden dolayı anlamını yitirdiğini de belirtmektedir. Fakat yitimin bütünsel toplumsallaşma çalışmaları kapsamında görülen bütünleşme dayatmalarına bağlanması, sosyalleşme sürecinin baskıdan uzak, özgür irade ile gerçekleşmesinin istendiğine işarettir.

Hollingshead, bireyin sosyalleşmesi için üç ilkeden bahsetmektedir. Bunlardan birincisi; bireyin, sosyal davranışının, toplum bireyleriyle etkileşim halinde öğrendiğiyle ilgilidir. Buna göre birey, toplumla etkileşim halinde oldukça uygun bir sosyal davranışı gerçekleştirebilir. İkincisi; bireyin öğreneceği şeyin, içinde yaşadığı toplumun kültürü tarafından belirlendiğiyle ilgilidir. Bir toplumdaki davranışlar, toplumsal birikimi olan kültürel birikiminden bağımsız olamaz. Dolayısıyla davranışlar, kültüre göre şekillendirilir. Üçüncü ilke ise; bireyin öğreniminin, bir sosyal organizasyona etkin bir biçimde katılmasıyla tamamlandığını ifade eder (Yavuzer, 1979: 20). Öte yandan liseli kız jimnastikçiler, basketbolcular, koşucular ve sporcu olmayanlardan oluşan başka bir kontrol grubuna odaklanılan bir araştırma kapsamında, sosyalleşme sürecinin genel anlamda iki boyutunun olduğu tespit edilmiştir. Birincisi, bireylerin toplumun ve onun alt kategorilerinin içerisinde gelişerek kalıba sokulduğunu ileri süren psikolojik boyuttur. İkincisi ise; bireyin sosyal beklentilere uygun biçimde davranmasının öğretildiğini öne sürüldüğü sosyolojik boyuttur (Snyder ve Spreitzer, 1976: 805). Bu iki boyut ve yukarıdaki ilkeler bazında değerlendirildiğinde bireyi sosyalleşme sürecine katmak suretiyle yalnızlaşmaya engel olunabileceği çıkarılabilir. Bu ilkeler Comte tarafından belirlenen (Doğan, 2005: 35) ve toplumsal düzen ve sosyal yapıyı ifade eden sosyal statik ile toplumsal ilerleme ve sosyal değişmeyi anlatan sosyal dinamik kavramlarıyla da örtüşmektedir. Çünkü kültür bir düzeni gelişme ise dinamizmi temsil etmektedir. Bireylerin sosyalleşmesi, toplumun kültürü ve dinamizmine yapacağı katkı açısından önemsenmelidir.

3 Modern Bir Sarmal Olarak Birey ve Bireyselleşme

Toplumsallaşmış bireyin sağlıklı bir bireyselleşmeyi gerçekleştirmesinin, Cezayirli (2004) ve Bauman (2001) tarafından ifade edildiği gibi bireyin baskı unsurlarından kendini izole etmesiyle orantılı olduğu anlaşılmaktadır. Zaten sosyolojik olarak bireyselleşmenin özü de geleneksel yaşam tarzlarından ve toplumdaki rollerinden ayrılabilen bireylerin giderek daha çeşitli biyografileri ortaya çıkarması olarak görülmektedir. Bireyselleşme teorisine göre bireyselleşme, bireylerin "belirli bir sosyal sınıf veya grup gibi tarihsel olarak belirlenmiş sosyal biçimlerden ve taahhütlerden koptuğu ve kendi biyografileri için sorumlu oldukları tasarımlarını yeni yaşam biçimlerine yerleştirdiği ikili bir süreç" olarak tanımlanmaktadır (Gaß, vd., 2015: 66). Böylece birey, biyografik gelişim, kişisel seçim ve kararlara daha fazla bağlanarak geleneksel, kurumsallaşmış

sosyal değer sistemlerinden giderek daha fazla sapmaktadır. Burada dikkate alınması gereken bir durum modern bireyler tercihlerini boş bir mekânda değil yoğun bir şekilde örülmüş sosyal çevrelerinde kullanmalarıdır. Bu nedenle modern toplumlardaki bireyler, çeşitli talepler, kontroller ve kısıtlamalar tarafından sınırlandırılmaktadırlar. Gaß'ın (2015: 66) özetlediği gibi ifade etmek gerekirse, üç temel ilişki bireyselleşmeyi karakterize etmektedir:

- Bireyin biyografisinin, bireyin kimliğinden kaynaklanan kendine özgü faktörlere göre giderek daha fazla kendi kendini belirlemesi.
- Sosyal bağlamlardan kaynaklanan geleneksel / kurumsal kısıtlamaların biyografi üzerindeki azalan etkisi.
- Değerler, tutumlar, ahlak, bilgi ve becerilerin değiş tokuşu yoluyla bireysel ve toplumsal kimliği art arda ayarlayarak kendine özgü ve sosyal tercihleri yeniden düzenleyen sosyalleşmenin dengeleyici etkisi.

Gaß'ın (2015), belirttiği ilişkilerden, bireyin giderek daha fazla kimliğini ön plana alarak sosyal kurumların çeşitli kısıtlamaları ile değer, tutum ve ahlak gibi disiplinlerin yerine kendine özgü tercihleri yerleştirmesinin, bireyselleşmenin temel karakteri olarak belirdiğini çıkarmak mümkündür. İkinci modernite teorisinin bir parçası olarak görülen bireyselleşme teorisi üç farklı argümanı taşımaktadır: Zorunlu bireyselleşme teoremi, risk toplumu teoremi ve çok boyutlu küreselleşme teoremi. Bunlar aynı tartışma çizgisini geliştirerek karşılıklı olarak birbirini güçlendirmektedir. Sırasıyla bireyselleşme, risk toplumu ve kozmopolitleşmeden gelen bu argümanların 21. yüzyılın başında ve kendi kendine uygulanan, ilk modernite çağını aşan bir modernleşme dinamiğinin radikalleşmiş biçimlerini temsil ettiği de ifade edilmektedir (Beck ve Beck-Gernsheim, 2010: XVI). Toplumsal değişim sürecinde refleksivitenin önemini göstermeye çalışan bu görüş göre daha önceki aşamadan farklı olarak ikinci modernite muğlak, akışkan ve belirsiz olarak tanımlanan olaylar tarafından altı oyulan ilk modern büyümenin temellerini hafife almak yerine onunla mücadele etmektedir. Bu çerçevede modernitenin tarihsel dört ideal-tipik tanımlaması şu şekilde yapılmaktadır:

Tip 1: Avrupa modernliği – düzenlenmiş veya koordine edilmiş kapitalizm; gelişmiş demokrasi; kurumsallaşmış bireyselleşme (refah durumu); laik toplum.

Tip 2: ABD Amerikan modernitesi – liberal veya eşgüdümsüz kapitalizm; gelişmiş demokrasi; kurumsallaşmış bireyselleşme; laiklik sonrası dindarlık.

Tip 3: Çin modernliği – devlet tarafından düzenlenen kapitalizm; post-geleneksel otoriter hükümet; budanmış kurumsallaşmış bireyselleşme ve çoğul-dini toplum.

Tip 4: İslami modernite – düzenlenmiş kapitalizm; geleneksel otoriter hükümet; bireyselleştirme yasağı; tek dinli toplum (Beck ve Beck-Gernsheim, 2010: XVI).

Tipik modernite tiplerinin tamamının bireyselleşmeyi bir şekilde içermesinin yanında bazı kültürlerde bireyselleşmenin yasaklandığı da anlaşılmaktadır. Ancak Bauman, (2001: 133), çoğumuzun gerçekten bireyler haline gelmeksizin bireyselleştirildiğimizi ifade etmemesi bireyselleşmenin sorunlu bir biçimde gerçekleşebileceğini işareti sayılabilir. Bununla birlikte Bauman, çoğumuzun bireyselleşmenin sonuçlarıyla yüzleşecek kadar yetkin bireyler olmadığımızın kuşkusunu da taşımaktadır. Öyleyse bireyselleşmenin sağlıklı olarak gerçekleşebilmesi için söz konusu sonuçlarla yüzleşebilecek kabiliyette olunması gerekmektedir. Bireyselleşmenin budandığı veya yasaklandığı toplumlarda, toplumsal sorunlara karşı bireylere duyulan bir güvensizliği de anımsatmaktadır.

Cezayirli (2004: 47), sağlıklı bireyselleşme için özdenetimi, kendini gerçekleştirmeyi, özgüven geliştirmeyi engelleyen iç ve dış baskılardan ve bağımlılıklardan özgürleşmesi gerektiğini belirtmektedir. Ancak bu düzeydeki bireylerin özgürce yaptığı seçimlerle kişisel ve toplumsal faydaları gözetmesi, özveride bulunabilmesi, topluma karşı bağımlılık değil bağlılık geliştirebilmeleri beklenebilecektir. Öte yandan yine bu görüşe göre bir gruba ait olmak da çöken bazı alt sistemlerin ve değişen değerlerle birlikte gelen kişilik bölünmesinin ve kimlik arayışının bireye destek vermesiyle birlikte kişiliğe ve yaşama yeni bir bütünlük getirebilmesi de mümkündür. Böylece bu grup bilinci, bireye bir dünya görüşü sunabilir ve dünyayı anlamlandırmasında yardımcı olabilir. Bunun aksine bir durum olarak özdenetimin yanında özbilince ve toplumsal bilinç seviyesine ulaşmamış kişilerin bireyselleşme yolunda gerekli özgürlüğü sınırsız başıboşluk ve

kuralsızlık olarak algılama, kendilerine ve topluma zarar verme olasılığının yüksek olduğu ifade edilmektedir. Bu olumsuzluk narsisizme varacak derecede bir bireyselleşme çabasına dönüşürse "ağaca bakmaktan ormanı görememek" gibi bireyin toplumdaki yerini görememek gibi bir komplikasyona yol açacaktır. Ayrıca sunulan bu dünya görüşü katı sınırlamalar getiriyorsa grubun ve dolayısıyla bireyin toplum bütününden giderek uzaklaşmasına da yol açabileceğinden endişe edilmektedir. Bu durum bireysel yalnızlıktan kurtulmak isteyen bireyin grup yalnızlığına düşmesi gibi bir kısır döngüyle sonuçlanabileceği de çıkarılmaktadır.

Sonuç olarak bireyselleşme olgusunun, bireyin ve dolayısıyla toplumun yaşamında değerlerin yerinin tespit edilmesiyle yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Bu nedenle bireyselleşme sürecini tamamlamış bireyin değerlerin yerini etkilediği söylenebilir. Bu süreçte dinin ve değerlerin yerini sorgulayan bireylerin sağlıklı bir bireyselleşmeyi gerçekleştiremediklerinde, yeni bir uygarlık aşamasına geçişte yaşanan karmaşıklık içinde bir takım krizlere mağlup düşmesi muhtemeldir. Bu da bireyin yalnızlaşmasını hatta giderek yabancılaşmasını beraberinde getirebilir.

4 Teknolojik Etkileşim, Yalnızlaşma ve Yabancılaşma

Modern bireyselleşmenin yan etkilerinden biri olarak ifade edilebilen yalnızlaşma günümüzde kronik bir sorun haline gelmiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte hızla ilerleyen iletişim kabiliyetlerine rağmen insanoğlu iletişim kuramamaktan yakınabilmektedir. Bu sorun modern kentlerde devasa beton yığınları arasındaki insanlar arasında giderek artmakta ve beraberinde hem çevreye hem de kendisine yabancılaşmayı da getirmektedir. Üstüne üstlük komşuluk ve dostluk gibi ilişkiler; resmi, soğuk ve çıkarcı ilişkilerle yer değiştirdikçe yalnızlık klinik bir vaka haline gelmiştir (Yaşar, 2007: 252). Bu durumda elimizin altındaki sosyal medya, cep telefonları ve diğer haberleşme ve etkileşim araçlarının, başkalarıyla istenilen etkinlikte iletişim kurulması konusunda pek de yardımcı olmadığını söylemek mümkündür. Bir başka deyişle, teknoloji ilerledikçe geliştirilen iletişim, sosyalleşme, ağ kurma ve paylaşma gereçlerine rağmen, modern ilişkilerin yaygınlaşması bir tür yabancılaşmayı ve yalnızlaşmayı derinleştirmektedir. Geçmişte edebi eserlere konu olan bu son (Zarifoğlu, 2011), iletişim yetersizlikleri nedeniyle ortaya çıkabilmekte ve günlük yaşam içerisinde bireylerde, insanların kendilerini anlamadığına dair duyguları belirgin hale getirebilmektedir.

Yapılan bir ampirik bir çalışmada araştırmacıların iki farklı yalnızlaşma yaklaşımı tarif etikleri belirtilmektedir. *Birincisi, tek boyutlu yaklaşım;* yalnızlığı, öncelikle deneyimlenen yoğunluğuna göre değişen tek veya üniter bir fenomen olarak görmektedir. Bu yaklaşım, yalnızlığın belirli bir nedeni olduğunu varsayar. Bu nedenle aynı görüş, arkadaşı olmayan yeni üniversite öğrencisinin ve eşi yakın zamanda ölen yaşlı bir kişinin yaşadığı yalnızlığa duyarlılık göstermektedir. Yalnızlaşmayı global yalnızlık, yabancılaşma ve anomi boyutlarında değerlendirmektedir. *İkincisi ise birincisinin aksine çok boyutlu yaklaşım;* çeşitli varsayımsal yalnızlık türleri veya tezahürleri arasında ayrım yapmaya çalışmaktadır. Arkadaşlık, romantik-seksüel, aile ve toplum ilişkileri boyutlarında yalnızlığı ele almaktadır (Russell, 1982: 81). Bu iki değerlendirme, yalnızlığa yönelik çelişkili iki yönü gösterse de her iki yaklaşımın da yalnızlıkla ilgili doğru tespitler yaptığı söylenebilir.

Yalnızlaşma ve yabancılaşma, ruhsal bir takım sorunlara da neden olabilmektedir. Reichmann, yalnızlığın psikolojik şiddetini "Yalnızlık o kadar acı verici, korkutucu bir deneyim ki, insanlar ondan kaçınmak için hemen hemen her şeyi yapmaktadırlar." demektedir. Buna karşın ilginç bir biçimde çoğu psikiyatri ders kitabında bahsedilmeyen, tatmin edici bir kavramsallaştırılmanın yapılmadığından da yakınmaktadır (Reichmann, 2016: 1-4). Bu durum genetiği, psikodinamiği ve diğer farklarının az bilinmesi nedeniyle kültürel olarak belirlenmiş yalnızlık, kendi kendini empoze eden yalnızlık, zorunlu yalnızlık, tecrit ve gerçek yalnızlık gibi hem tanım hem de dinamik olarak birbirinden farklı olan deneyimlerin tümünün tek bir terminolojik "yalnızlık" sepetine atılmasına neden olmaktadır. Bunun dışında Reichmann, Kierkegaard'ın tabiriyle bu kültürün özelliği olarak "kapalılık"la ilgili olan kültürel olarak belirlenmiş, "uygar insanların kopukluğu ve yalnızlığı"nı, sözsüz kalabilmesine rağmen yine de potansiyel olarak iletilebilir, paylaşılabilen bir deneyim olduğu için bir tür izolasyon olan yalnızlıktan ayırmaktadır. Örneğin bazı insanların dağların, çölün ya da okyanusun sunduğu doğanın sonsuzluğunu kendi başlarına deneyimlediklerinde sahip oldukları yalnızlık, yaratıcı sanatsal veya bilimsel ürünler veren inziva, ölüm üzüntüsü ve geçici hastalık durumlarından kaynaklanan geçici yalnızlık deneyimleri özel duygusal şiddetli yalnızlık deneyiminin derin tehdidini taşımamaktadır.

İnsan, bebeklikten başlayarak yaşam boyu süren kişilerarası yakınlığa duyulan özlem kaybıyla tehdit edilmektedir (Reichmann, 2016: 1-4). Bu nedenle temas ve şefkat ihtiyacından doğan bu özlemin tatmin edilememesi esas ilgi alanı olması gerekmektedir. West vd. tarafından yapılan araştırma sonucunda yalnızlıkla ilgili şu kanaatlere varılmaktadır (West, vd., 1986: 360):

a. Yalnızlık, nüfusun önemli bir kısmı için bir sorundur.
b. Genel olarak, ergenler ve genç yetişkinler, yaşlı yetişkinlere göre daha fazla yalnızlık bildirmektedir.
c. Çoğu çalışmada, kadınlar erkeklerden daha fazla yalnızlık bildirmektedir ve evli olmayanlar, olanlara göre daha yalnızdır. Ancak; dul, boşanmış veya hiç evlenmemiş gibi evli olmayan yaşlı erkekler evli olmayan yaşlı kadınlara göre daha fazla yalnızlık bildirmektedirler.
d. Sosyoekonomik veya kültürel faktörler ve yalnızlıkla ilgili herhangi bir sonuca varmak için veriler yetersizdir.
e. Pek çok psikiyatrik hastada meydana geldiğine inanılsa da yalnızlık ve bazı psikiyatrik bozukluklarla ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.
f. Yalnızlık, depresyondan ya da yastan ayrı bir yapı olmasına rağmen, her ikisine de katkıda bulunabilir, bunların bir sonucu olabilir veya her ikisiyle örtüşebilir.
g. Yalnızlık ve alkolizm arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir, ancak kontrollü çalışmaların eksikliği nedeniyle sağlıklı bir sonuç alınamamıştır.
h. Yalnızlık, çocuklarını ihmal eden ebeveynleri, yapmayanlardan ayırt etmede yardımcı olan faktörlerden biri gibi görünmektedir.
i. Yalnızlığın, muhtemelen immünolojik bozukluk veya nöroendokrin değişiklikler yoluyla fiziksel sağlık üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu gösteren veriler vardır.

İlgisiz bırakıldığında yalnızlığın zihinsel ve fiziksel sağlık için ciddi sonuçlar doğurabilmesi nedeniyle yalnızlık, hem nedenleri hem de sonuçları bakımından özel bir ilgiyi hak ettiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle de sosyal yaşam içinde müdahaleyi gerektiren bir durum olarak Mushtaq vd. tarafından aşağıdaki müdahale biçimleri için uygulama araçları araştırılabilir(Mushtaq, vd., 2014: 3):

a. Sosyal becerilerin geliştirilmesi,
b. Sosyal destek verilmesi,
c. Sosyal etkileşim için fırsatlar sunulması
d. Uyumsuz sosyal bilişin fark edilmesi vb.

Mushtaq vd. tarafından yapılan müdahale önerilerinin dikkate alınması önemsenmelidir. Çünkü yalnızlaşma, modern toplum bireylerinin en sık yaşadığı problemlerden biri olarak önümüzdeki dönemlerin sorunu olmaya devam edecektir. Dikkat çekici bir uyarı olarak Svendsen'ın, bireyin yalnızlığı bilişsel ve psişik olduğu zaman kalabalıklar içinde olsa dahi bu histen kurtulamadıklarını belirtme önemlidir. Aile içinde olunmaması, akrabalık bağlarının zayıf olması, farklı uyumsuzluklar nedeniyle ikili ilişkilerden gerekli tatminin alınamaması, bir iş yerindeki rekabet ortamının ağır baskısı ve arkadaşlık ilişkilerinin yüzeyselliği de yalnızlıkla sonuçlanabilmektedir (Svendsen, 2018: 53). Bu kapsamda yalnızlıkla ilişkili psikolojik ve fiziksel etkilerin ortadan kaldırılarak sağlıklı bireyin ve toplumun inşası için gerekli araçların araştırılması gerekmektedir.

5 Bir Sosyal Araştırma Alanı olarak Sosyal Bilişim

Verilerin sayısallaştırılması işlemi, kısaca dijitalleşme olarak ifade edilmektedir. Analog işlemler bu şekilde dijital formatlara dönüştürülerek bilgisayar ortamına uyarlanmakta ve makinelerin okumasına uygun hale getirilmektedir (Karakaş, vd., 2009 s. 39). Böylece dijital teknolojiler, üretilebilmekte ve yeni iş modelleri geliştirilebilmektedir. Bilişim ya da bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) ise bilginin elde edilmesi, depolanması, işlenmesi, yönetilmesi ve ihtiyaç duyulduğunda geri çağrılması için geliştirilen dijital teknolojilerdir (Ceyhun ve Çağlayan, 1997: 6). Bilginin içeriği, teknolojisi ve kullanımıyla ilgili yöntem ve stratejilerin incelenmesi ile ilgilenen bilişim biliminden farklı olarak s*osyal bilişim*, bilgi ve iletişim teknolojileri ile bu teknolojilerin bulunduğu geniş sosyal bağlam arasındaki ilişkilere odaklanan bir araştırma alanını temsil etmektedir. Kling'in yaptığı tanımlamaya göre sosyal bilişim, bilgi teknolojilerinin kurumsal ve kültürel bağlamlarla etkileşimlerini hesaba katan tasarım, kullanımlar ve sonuçlarla ilgilenen disiplinlerarası bir çalışma alanıdır (Kling, 2007: 205). İnternete, kamu erişimi mümkün olduğu andan itibaren evde çalışma, iletişim, eğlence, tıbbi bilgilere erişim ve diğer kişisel kullanım konuları gündeme gelmiştir. Bu

dönemden itibaren sosyal bilişim araştırmacıları, her türlü sosyal ortamda bilgi teknolojisinin kullanımı ve sosyal değişime olan etkisi ile yakından ilgilenmektedir. Bu alanlarda, hem kamu politikası tartışmalarını hem de profesyonel uygulamaları desteklemek için sistematik ampirik araştırmaya dayalı güvenilir bilgi geliştirmekle uğraşmaktadırlar.

Kling, *sosyal bilişim* isminin seçilmesi konusunda da dijital kütüphaneler ve bilgisayar destekli işbirlikçi çalışma ile ilgili araştırmalarını yaparken, araştırma grupları için iyi bir etikete sahip olmadıklarını fark ettiklerini, bunun üzerine yaptıkları isimlendirme tartışmaları sonucunda "bilgi işlemin sosyal analizi", "bilgi işlemin sosyal etkileri", "bilgi sistemleri araştırması" ve "davranışsal bilgi sistemleri araştırması" gibi çeşitli etiketler arasından sosyal bilişimi seçtiklerini ifade etmektedir (Kling, 2007: 216). Bu isimlendirme ile çeşitli araştırma alanlarına dağılmış ortak bulguların dile getirilmesi kolaylaşmış ve farklı sosyal ve örgütsel ortamlarda BİT'lerin tasarım, uygulama ve kullanımına dair çift yönlü ilişkiye daha net odaklanılabilmişlerdir. Bu çift yönlü ilişki enformasyon, iletişim, sosyoloji, antropoloji, bilgi teknolojisi, yönetim ve kütüphanecilik vb. birçok disiplini kapsamasından dolayı sosyal bilişim, disiplinlerarası bir görünüm kazanmaktadır (Sawyer ve Eschenfelder, 2005: 428-431).

Kling'in sosyal bilişim üzerine yaptığı çalışmaların incelendiği bir makalede, o dönem üzerine çalışılan teknolojilerin neredeyse tamamının büyük ölçekli bilgi sistemleri olduğu ve bu kurumsal ve kültürel bağlamlar her zaman iş yeri niteliği taşıdığı belirtilmektedir. Burada analiz edilen insanlar ise bilgi işçileriydi ve onlar hakkında bu durumun ötesinde çok az şey bilinmekteydi. Şimdi ise bu makalelerde de gösterildiği gibi, işyeri sosyal bilişimin ilgi alanı olmaya devam etmektedir. Ancak işyerinin karakteri, bilgi işlem teknolojisi ve çalışanların niteliği neredeyse bütünüyle değişmiştir. Ayrıca, bilgisayar teknolojisi geliştikçe, işin ötesinde insanların yaşamlarının her yerinde bulunan önemli bir parçası haline gelmiştir. Bilgisayar artık ne teknik ne de sosyal bir araçtır; her ikisi birdendir. Kısacası, Kling'in çalışmalarından 20 yıl sonra eklenebilecek ifade; şimdi sosyal bilişimin her zamankinden daha önemli olduğudur (Meyer vd., 2019).

Bugün sosyal bilişim genel olarak, bilgisayarlaşma ve bilişimleşmenin sosyal yönleri de dahil olmak üzere, bilgi toplumunun gelişimi ile bağlantılı olarak farklı seviyelerde sosyo-teknik etkileşimlerin araştırılmasına odaklanan ve üç ana alanda yapılandırılabilen bir araştırma alanı haline geldiği belirtilmektedir (Smutny ve Vehovar, 2020: 537):

a. BİT ve insanlar arasındaki etkileşimler,
b. Sosyal bilimlerde BİT uygulamaları
c. Sosyal bilimler araştırma aracı olarak BİT uygulamaları.

Sosyal bilişim ile BİT arasındaki ilişki üçüncü maddede özetlenmiş gibidir. Belirli bir bilgi alanı içindeki alt alanları veya alt terimleri listeleyen bir tanımı ifade etmek için "genişleme" kavramı kullanıldığında, bu gün sosyal bilişimin disiplinlerarası bir düzeyde, bilişim ve sosyal bilimler ile bilgi süreçleri ve değiş tokuşları, sosyal değişimler, iletişim, bilgi felsefesi, etik, sürdürülebilir kalkınma ve karşılıklı sosyoteknik ilişkiler ile ilgilenen diğer alanlar dahil olmak üzere geniş bir sistemi birbirine bağladığı söylenebilir. Faklı iş modellerinin geliştirilmesinin yanı sıra bireyi hedef alan sosyal refah hedefine yönelik çalışmalar için sosyal bilişim araçlarından faydalanılması Toplum 5.0 gibi projelerde (Keidanren, 2016) dile getirilmesi bu ifadeleri destekler niteliktedir.

Sonuç olarak bir özellik olarak "dijital", "dijitalleşme", "dijital teknoloji gibi yeni teknolojilerin tamamı için kullanılan bir kavramın "bilişim" kavramını da desteklemesi nedeniyle bu kavramların birbirlerinin yerine kullanılmasını doğru karşılamak mümkün değildir. Kaldı ki söz konusu çalışma alanları nedeniyle "bilişim" kavramını da "sosyal bilişim"den ayırmak gerekmektedir. Bu noktada sosyal bilişiminin sunduğu perspektifle yalnızlaşma ve yabancılaşma problemlerine karşı sosyal bilimler tarafından yapılan araştırmalarda bir araç olarak kullanılan BİT'le, yeni bir toplumsallaşma ve bireyselleşme sürecini başlatacak çözümlerin geliştirilebilmesi beklenebilir.

6 Toplumsallaşma Süreci ve Sosyal Bilişim İlişkisi

Harvey, feodal ilişkileri yok etmesi, yaratıcılığı geliştirmesi, teknolojik ve örgütsel değişim olanakları sunması, cehalete ve hurafelere dayalı bir dünyaya bilimsel aydınlanma getirilmesini sağlandığı için teknolojinin muhtemel olumsuzluklarının katlanılır hale geldiğini belirtmektedir.

Öte yandan Harvey'in ideal düzey olarak belirlediği hem kapitalizmin hem de sosyalizmin mümkün olduğu bir toplumsal seviye için (Harvey, 2004: 135) BİT gibi teknolojinin hem teknik anlamda hem de sosyal anlamda insanlığı desteklemesi gereklidir. Günümüzde bilişim teknolojileri sınırsız bir kapasitede veri depolanabilmesini ve bu verilerin bilgisayar sistemleri içinde bilimsel yöntem ve süreçlerle işletilip bireysel keyfilik ve saptırmalardan uzak bir şekilde nesnel bilgiler üretmede kullanılabilmektedir. Bu teknolojilerin yardımıyla ekonomik, sosyal ve teknik evrimin yönünü önceden görmenin kolaylaşmış olması (Cezayirli, 2004: 41), hem kapitalist hem de sosyal anlamda geleceğe yönelik isabetli tasarımların sayısının artmasını beraberinde getirmiştir.

Modern toplumun ilk teorisyenleri üretim tekniklerinde ve tarzlarında ortaya çıkan değişimlerin toplumu daimi bir biçimde ve kapsamlı bir dönüşüme uğrattığı konusunda hem fikirdirler (Smith, 2007; Marx, 2004; Bell, 2012). Henry Ford tarafından pratiğe dökülen Charles Taylor'ın bilimsel incelemeleri neticesinde 20. yüzyılın başında sanayi üretiminin yapısında görülen kapsamlı değişim, bireyin gittikçe silikleştiği ve yalnızlaştığı kitle toplumunu sonuç verdiği belirtilmektedir (Gürses, 2009: 339). Bu durum *Fordizm*'in, sadece sosyal ilişkileri değil aynı zamanda kültürün üretimi ve dağıtımını da derinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu görünüm 1970'li yıllara kadar ekonomik gelişmeyle özdeşleştirilen kalkınma, bu yıllardan sonra bazı ülkelerin siyasal istikrarsızlık, artan işsizlik ve dengesiz gelir dağılımı gibi sorunların çözümüne yönelik *Keynesyen* politikalara doğru kayışta da kendini göstermiştir. Hatta bu dönemden sonra başta petrol krizi olmak üzere yaşanan sıkıntılar, Keynesyen genişlemeci politikaların terkedilip *Friedmancı* sıkı para politikalara yönelmeye zorlamasından sonra geliştirilen yeni üretim modellerine bağlı olarak toplumsal yapının da kendini paralel biçimde uyarladığı söylenebilir (Sunar, 2018: 48-50). Sanayi devrimlerinin üretim verimliliğini ve ekonomik gelişmeyi önceleyen bu durumu, gelinen noktada insani gelişmeye öncelik verilmesinin gerekliliği düşüncesine evirildiği söylenebilir. Hatta bu durum Japonlar tarafından 2016 yılında deklare edilen Toplum 5.0 projesinde resmi olarak da dile getirilmiştir (Keidanren, 2017). Bu kapsamda merkeze insanın konularak bireylerin yaşam kalitelerinin yükseltilmesine odaklanılması ve böylece daha kapsamlı bir kalkınma planının devreye sokulması amaçlanmaktadır.

Bell, sanayi toplumundan sanayi sonrası topluma geçişi sağlayan esas etkenin, yeni iletişim teknolojileri ile telekomünikasyonun iç içe geçilmesine aracılık eden bilgisayar sistemleri olduğunu belirtmektedir. O dönem bu teknolojik gelişmelerin toplumsal değişimi tetikleyerek kültürün dönüştürmesine neden olduğu gibi (Bell, 1973: 4) bu gün de enformasyon teknolojisinin böyle bir etki yapması beklenebilir. Zaten Castells de enformasyon toplumu olarak andığı bilgi, bilişim ve yönetişim sacayaklarına dayanan bu yeni toplumu tarif ederek 90'lı yıllardan itibaren bilişim teknolojilerinde ve bu çerçevede internetin yaşam alanlarında meydana getirdiği değişiklikleri açıklamaktadır (Castells, 2003). Buna göre haberleşmede interaktif bir deneyim sunulmasıyla birlikte kolaylaşan bilginin dağıtımıyla hem nesnelerarası etkileşim hem de insanların iş yapma biçimi büyük oranda değişikliğe uğramıştır. Bu dönemde web siteleri üzerinden dünyanın önemli teknoloji şirketlerine dönüşülebilmesi dengelerin hızlı bir şekilde değişmesine neden olmuştur.

Bell'e (1973) paralel olarak Naisbitt de insan yanımızın, yüksek teknolojiye şekil vererek onu yaşamlarımıza bilinçli bir şekilde entegre edilmesinin bir zorunluluk halini aldığını belirtmektedir (Naisbitt, 2004: xiv). Bu da insan ve teknoloji ilişkisinde üretim odaklı bilinçte bir değişikliğe gidilmesinin fark edildiğini göstermektedir. Eğer böyleyse insan ile eşya arasında Baudrillard'cı bir yaklaşımı takip etmemiz gerekmektedir Çünkü Baudrillard'a göre nesneler, insanların hayatlarında taşıdıkları anlamları veya gördükleri işlevleri nispetinde insani ortamda yer kaplamaktadırlar. Bir nesnenin, varlığını sürdürmesi için bir işe yaraması gerekmektedir. Bu nedenle anlamından soyutlanmış bir nesnenin devamlılığını sürdürebilmesi için işlevsel bir nesneye dönüştürülerek ona bir makine kimliği verilerek toplumsal bir konum kazandırılabilmektedir (Baudrillard, 2004: 100-107). Bu görüş, Toplum 5.0'da vizyonunda belirtilen teknolojinin dost olarak görüldüğü yeni toplumda "en önemli yardımcı" konumunu hatırlatmaktadır.

Yukarıdaki görüşlere uygun olarak endüstrinin gelişimi eğer insan ve makine arasında bir entegrasyon süreci ise, endüstri üreticilerinin, teknoloji odaklı baskıcı tutumlarına rağmen, teknolojinin insanların kabiliyetini arttırması nedeniyle Harvey'in (2004) belirttiği fayda odağında bu entegrasyon savunulabilir. Çünkü bu yeni teknolojilerin günümüzde ulaştığı *dijital boyut* ile birlikte kaynakların insan yararına kullanımı daha da kolaylaştıran teknikleri beraberinde getirerek hem sosyal hem de ekonomik açıdan toplumlara yeni önemli fırsatlar sağlanmaktadır. Bu

teknolojilerden bulut bilişim, nesnelerin interneti, büyük veri ve CPS (Ciber Fiziksel Sistemler) dijital dünyayı ile gerçek dünyayı birbirine bağlamıştır. Böylece tasarımdan üretime, hizmetlerden geri dönüşüm ekonomisine kadar dijital bilgi işlem yöntemlerini kullanarak yeni teknolojik çıktılar elde edilmektedir. Bu teknolojilerin aracılığıyla ulaşılan Endüstri 4.0'ı, sanayi, insan ve makine iş birliğinin kazandığı yeni bir toplumsal dönem olarak değerlendirilmek mümkündür.

Toffler bu dönemi, "teknolojik ama geleneksel biçimde sanayiye dayalı olmayan, sanayinin üzerinde bir medeniyetin habercisi" olarak görmektedir (Toffler, 1991: 14). Öyleyse hali hazırda yeni bir toplumsal inşa döneminde olduğumuzu söylemek mümkündür. Castells, yeni medeniyetin ortaya çıkışını, temelinde BİT'in olduğu bir yandan devletler tarafından geliştirilen makro ölçekteki araştırma programları aracılığıyla büyük piyasaları, diğer yandan ise teknolojik yaratıcılık kültürünün etkisiyle artan kişisel başarı örnekleri arasında inovatif bir kültürün yükselmesine bağlamaktadır (Castells, 2003: 88). Marx'ın (2004), Sanayi Devriminin özelliklerinden biri olarak bahsettiği iş bölümü ve kolektif üretim biçiminin yeni bir versiyonu ile karşı karşıya olunduğu söylenebilir. Burada da bireylerin ortak gücünden faydalanılan bir elbirliğinin özelliklerinin görülmesinin yanında, yeni dönemde bireylerin özel kabiliyetleri ile ürettikleri değerler daha çok önemsenmektedir.

Yeni dönemde bireyin etrafında kurulan sosyal ağlarla, *sosyalleşmenin özelleştirilmesi* de sağlanmıştır (Castells, 2003: 480). Yani hem fiziksel hem de bilgisayara dayalı olarak genişleyen sanal bağlar aracılığıyla hali hazırda sınırlı sosyal hayatlar yaşayan insanlar için yeni toplumsal bağlar kurma fırsatı doğmaktadır. Bu aracın çekincesiz iletişimi desteklemesi nedeniyle, düzenli olarak bilgisayarla iletişim kurduklarında düşük statüdeki çalışanların dahi şirket temelindeki ağlara katılımı mümkün hale gelmektedir. Böylece kadınlar ve toplumdaki diğer kesimler de bu elektronik iletişim aracının koruması altında kendilerini daha açık ifade edebilmektedirler. Bu görüş, McLuhan'ın genç insanlarla ilgili olarak, "onların 19. yüzyıl biçim ve kalıplarını istemedikleri için bütün bir dünyayla kaynaşmak, onunla bir olmak" formülünün arayışında olduklarına (McLuhan, 2019: 114) dair görüşünün gerçekleştiği izlenimini vermektedir.

Sonuc olarak günümüzün dijital teknolojisiyle üç boyutlu planların yapılması, simülasyon oluşturulması, sensor kullanımı, yapay görme metotlarından faydalanılması, online olarak testlerin etkinleştirilmesi ve daha ötesi global düzeyde iletişim kurulması mümkün hale gelmiştir. Ayrıca üretim ve tüm tedarik zinciri ile birlikte müşteri yönetimi ve yönetimle olan ilişkiler de kolaylaşmıştır. Dolayısıyla dijitalleşme, endüstriyel süreçlerin simülasyonu ve kontrolünü sağlamak konusunda da kilit roldedir (Salgues, 2018: 52). Bunların da ötesinde YZ bugün büyük miktarda veriyi öğrenerek yeni yetenekler edinebilmektedir. Böylece insana has yeteneklerin de aktarılıp iki yeteneği birbirine bağlayan ve sinerjik biçimde çalışabilen yeni bir ortam olan *yeteneklerin interneti* üzerine de çalışılmaktadır. Bu teknolojinin, bireylere potansiyellerini gösterebilmesini sağlaması daha yüksek değerli işlerin artmasını sağlayacaktır. Blok zincirleri gibi dağıtılmış defter teknolojileri de, işlem verilerinin internet üzerinden paylaşılmasını mümkün kılarak yeni kredi ve güven biçimlerini ortaya çıkarmaktadır (Nakanishi ve Kitano, 2018: 7). Bütün ve imkanlar bireyler tarafından kullanılmasının sağlanması yeni bir ekonomik işbirliğini teşvik edebilir.

7 Genç ve Yaşlı Bireylerin Dijital Etkileşim İmkanları

Gençlerin, yaşlı bireylerin hizmetini gördükleri için ekonomiye aktif olarak katılamadıklarından muzdarip olan toplumlar, bir olumsuzluk olarak gördükleri bu durumun ortadan kaldırması için yeni teknolojilerden faydalanılabileceğini ifade etmektedirler (Keidanren, 2017). Bu yaklaşım, gelecek toplumların nesnelerin interneti, yapay zeka, robotik, biyoteknolojiler ve blok zinciri gibi teknolojiler tarafından belirleneceğini öngörmektedir. Eindhoven Üniversitesi tarafından toplum ve teknoloji ilişkisi üzerine yürütülen bir çalışmada akıllı toplumlar için "tasarım yoluyla sosyal dayanıklılık kazandırma yöntemi" olarak bahsedilmektedir. Yaşlılar, mülteciler veya uzun süreli işsizler gibi grupların şehrin sosyal dokusuna dâhil edilebilmesi üzerine çalışan grup, inovasyon çalışmalarında ihtiyaç duyulan çeşitliliğin sağlanması için yeni teknolojiden yararlanarak bu insanlara sağlıklı bir yaşamı benimsetmenin imkânları üzerinde durmaktadırlar. Burada vatandaşların aktif bir biçimde bizzat kendisinin sürdürülebilir, sağlıklı çevre ve yüksek yaşam kalitesini geliştirmeye dâhil olduğu akıllı toplumun inşası umulmaktadır. Akıllı toplum kavramından tasarımsal bir yaklaşımla, refahın değerine dair farkındalığı artırmak, katılım için

vatandaşları güçlendirmek ve daha iyi bir hayat için kendi tercihlerini yapmalarını sağlama faydalanılabileceği anlatılmaktadır (TUE.nl, 2020). Çocuklar, engelli vatandaşlar ve yaşlılar gibi toplumun çeşitli kesimlerinin günlük yaşama dahil edilmesi noktasında etkin bir biçimde kullanılabilen BİT, bilgiye erişim, iletişim ve sosyal hizmet alanlarında da etkinliğini giderek artırmaktadır (Güner ve Acartürk, 2020: 311).

Toplum 5.0'ın amaçları arasında üretim sistemlerine yeni yazılımsal eklemeler yapılması ve sosyal sorunlara dayalı inovasyonların geliştirilmesiyle (Keidanren, 2016: 10-12);

a. Hem siber hem de fiziksel alanlarda güvenli ve güvenlikli
b. Yaşlılar ve kadınlar da dahil olmak üzere her bireyin aktif olarak ekonomiye katılabileceği
c. Küresel çevre sorunlarının çözümüne katkıda bulunan bir toplum inşa edilmesi de bulunmaktadır.

Yukarıdaki amaçlar doğrultusunda atılan adımlar incelendiğinde Birleşmiş Milletler (BM) tarafından da benzer araştırmaların yapıldığı ve bunu uygun adımlar atıldığı görülmektedir. BM, 2015 yılında 2030 sosyal kalkınma hedefleri (SKH) çerçevesinde yaptığı bir araştırmada her yıl 6 milyondan fazla çocuğun beşinci yaş günlerini göremeden, her gün 16 bin çocuğun ise kızamık ve verem gibi önlenebilir hastalıklardan öldüğü tespit edilmiştir. Her gün yüzlerce kadın hamilelik veya doğuma bağlı komplikasyonlar nedeniyle yaşamlarını yitirmektedir. Kırsal kesimlerde doğumların yalnız % 56'sına profesyoneller hizmet verilebilmektedir. Günümüzde AIDS, Sahraaltı Afrika'da ergen yaştakilerin bir numaralı ölüm nedeni haline gelmiştir. Bu araştırma kapsamında SKH çerçevesinde verilen karara göre AIDS, verem, sıtma ve diğer bulaşıcı hastalık salgınların, 2030 yılına kadar ortadan kaldırılması planlanmıştır. Buradaki temel amaç herkesin genel sağlık hizmeti, güvenli ve erişilebilir ilaca kavuşmalarını sağlamaktır. Bu konudaki araştırma ve geliştirmelerinin desteklenmesi, bu sürecin vazgeçilmez bir parçası olarak anılmaktadır (UNDP, 2015).

Bu hedefler doğrultusunda Toplum 5.0'da sağlık hizmetleri kapsamında ilaç, sağlık ve hemşirelik hizmetleri dahil bütün fiziksel hizmetlerin dijitalleştirilmesi yoluyla tam zamanlı olarak izleme sağlanması beklenmektedir. Böylece uygun zamanda herkese gerekli ilgi gösterilerek hastalığın başlamasını ve şiddetlenmesini önleyecek koruyucu tedbirler ilk başta alınması ve bireysel bakım hizmetleri yakından izlenerek sağlıklı biçimde ömrün uzatılması hedeflenmektedir. Herkes için yüksek kaliteli sağlık bakım hizmetlerine erişim herkes için garanti edilerek bireyin bizzat kendisinin teletıp gibi yeni nesil yüksek hızlı iletişim ağlarını kullanarak kişisel verilerin aktif biçimde yönetmesi istenmektedir. Bu kapsamda uzak bölgelerdeki yaşlılar sağlıklarını teletıp ile kontrol edebilecekler ve ani bir hastalık durumunda YZ'nın desteğiyle belirlenen uygun bir hastanede tedavi için taşınmaları sağlanacaktır (Keidanren, 2017: 10). Buradaki handikap teknolojilerin, operasyonel teknik bilgilerin ve yeni sistemlerin gelişmiş ülkelerin uzak bölgelerine kadar yayılabilmesini sağlamakla ilgilidir. Diğer taraftan nötr bir alan olmayan teknoloji, bireylerin ihtiyaç ve amaçları doğrultusunda tekrar biçimlendirilebilirken toplumların yaşlı ile teknoloji arasındaki bağlantıya bakışının sorunlu olması, yaşlıları teknolojiyi kullanmada daha çekingen hale getirmektedir (Öztuna, 2019: 41-43). Toplum 5.0'da bu sorunun üstesinden gelinmesi halinde Endüstri 4.0 ile gelen teknolojik yeniliklerden faydalanılarak robotların, yaşlıların arkadaşlık ve hemşirelik hizmetlerini karşılaması, sanal ev asistanları, taşınabilir teşhis cihazları ve kişisel acil müdahale sistemlerini içeren nesnelerin internetiyle daha iyi bakım hizmetleri verilmesi ve tıbbı maliyetlerin kontrol edilmesi sağlanabileceği tahmin edilmektedir. Bununla birlikte günümüzde yeni teknolojilerin geldiği dijital seviye ile beraber tüm kaynakların insanın faydasına kullanılmasını daha da kolaylaştıran yeni tekniklerin bulunmasını da sağlamıştır. Bu durum sosyal ve ekonomik açıdan toplumlara yeni fırsatların sunulduğu anlamına gelmektedir. Bulut bilişim, nesnelerin interneti, büyük veri ve CPS gibi teknolojiler dijital dünyayı ile gerçek dünyayı birbirine tam olarak bağlamıştır. Bu dijital bilgi işlem imkanları kullanılarak tasarımdan üretime, hizmetlerden geri dönüşüm ekonomisine kadar yeni teknolojik çıktılar elde edilmektedir.

Diğer taraftan söz konusu teknolojilere sorunsuz bir şekilde ulaşıldığında ve bu teknoloji sosyal baskıdan uzak bir biçimde kullanılmaya başlandığında başta yaşlılar olmak üzere toplumun farklı kesimleri bu teknolojileri toplumsal ve bireysel sorunların çözümüne yönelik daha etkin bir biçimde kullanabileceklerdir. BİT'in ekonomik ve sosyal faaliyetlerde gittikçe daha fazla kullanılmaya devam ettiği bir ortamda toplumun farklı kesimleri her iki faaliyet türünde de yollarının kesişmesi kaçınılmazdır. Bu durumda gençler yaşlıların tecrübesinden, yaşlılar ise

gençlerin yeni teknolojileri kullanma becerisinden faydalanması beklenebilir. Bu durum yaşlı bireylerin hem ekonomik faaliyetlere katılmasını hem de sosyalleşmesini beraberinde getirecektir. Castells'ın, yeni medeniyetle ilgili olarak tanımladığı, temelinde BİT'in olduğu, devletlerin makro ölçekteki araştırma programlar geliştirerek büyük piyasaları ile teknolojik yaratıcılık kültürünün etkisiyle artan kişisel başarı örneklerinin sinerjisiyle yükselen inovatif bir kültürün (Castells, 2003: 88) tezahürlerinden biri bu şekilde olabilir. Marx'ın (2004) bahsettiği iş bölümü ve kolektif üretim biçiminin yeni bir versiyonu da bu şekilde pratiğe geçmiş olacaktır.

8 Bireyselleşme ve Yalnızlaşma Karşısında Sosyal Bilişimin Rolü

Bir sorun olarak yalnızlık, toplumun tüm kesimlerinde görülebilmektedir. Fakat yukarıda da belirtildiği gibi göçmenler ve yaşlılar arasında psikolojik yalnızlık daha fazla hissedilebilmektedir. BİT gibi teknolojinin hem teknik anlamda hem de sosyal anlamda insanlığı desteklemesi, bilişim teknolojilerinin sınırsız bir kapasitede veri depolanabilmesi ve bu verilerin bilgisayar sistemleri içinde bilimsel yöntem ve süreçlerle işletilip bireysel keyfilik ve saptırmalardan uzak bir şekilde nesnel bilgiler üretmede kullanılabilmesi hazır bir potansiyelin harekete geçirilmesi gerektiğini göstermektedir (Cezayirli, 2004: 41). Sorun hem kapitalist hem de sosyal anlamda geleceğe yönelik isabetli tasarımlar için bu potansiyeli kullanabilecek insan kaynağıyla ilgilidir. Bu sorunun aşıldığı farz edildiğinde merkeze insanın konulduğu, bireylerin yaşam kalitelerinin yükseltilmesinin esas olduğu kapsamlı bir kalkınma planları çerçevesinde nüfusun tamamından faydalanılması doğal karşılanacaktır. Çünkü bireyler bizzat kendi bireysel isteklerini gerçekleştirmek için bu projelerin içerisinde yer almak isteyeceklerdir. Bell'in ifadesiyle, iletişim teknolojileri ile telekomünikasyonun iç içe geçilmesine aracılık eden bilgisayar sistemleri (Bell, 1973: 4) yeni bir paradigma değişimini sağlamıştır. Bilgi, bilişim ve yönetişim sacayaklarına dayanan yeni toplum ve kültür ilişkisi, internetin yaşam alanlarında meydana getirdiği değişiklikler (Castells, 2003) doğrultusunda yeniden biçimlenmektedir. Buna göre interaktif bir deneyim sunulmasıyla birlikte kolaylaşan bilginin dağıtımıyla hem nesnelerarası etkileşimin hem de insanların iş yapma biçimine yaşanan değişiklik sosyal ilişkilere de yansıması beklenebilir. Naisbitt'in, insan yanımızın, yüksek teknolojiye şekil vererek onu yaşamlarımıza bilinçli bir şekilde entegre edilmesinin bir zorunluluk halini aldığın dair görüşü de (Naisbitt, 2004: xiv) doğrultusunda var olan sorunlar işlendiğinde teknolojinin bu sorunların paralelinde yeni işlevler kazanması mümkündür.

Yalnızlık sorunu odağında düşünüldüğünde bu gün bireyler psikolojik eşiği aştıktan sonra bu sorunla baş etmesi noktasında kullanabileceği çok sayıda imkan olduğunu söylemek mümkündür. Bu imkanlardan biri olan sosyal medya aracılığıyla bireyler ister kendi akranları ile ister meslek guruplarıyla ya da farklı ilgi alanlarından gruplara katılarak sosyalleşmesi mümkündür. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2021 verilerine bakıldığında bireylerin yaş grubuna ve cinsiyetine göre internet kullanım oranı şu şekildedir (TÜİK, 2021):

Yaş aralığı	Total	Erkek	Kadın
16-24	95,7	97,2	94,1
25-34	95,8	98,0	93,7
35-44	90,9	95,7	86,1
45-54	80,1	87,3	73,0
55- 64	58,6	66,4	50,9
65-74	32,5	40,0	25,9

Bu veriler içinden ilgiye nispeten daha fazla ihtiyaç duyan 65-74 yaş aralığı ile ilgili önceki iki yıla bakıldığında 2019'da total 19,8; erkek oranı 25,3; kadın oranı 15,0 olarak görülmekte iken; 2020 yılı veriler total 27,1; erkek oranı34,9; katın oranı ise 20,4 seviyesinde görülmektedir. Bu veriler karşılaştırıldığında yılda ortalama % 5 ile % 9 arasında görülen bir kullanım artışı tespit edilebilmektedir. Bu da internet kullanımı ile ilgili olarak yaşlı nüfus dahil olmak üzere bütün yaş gruplarında gittikçe artan bir eğilimin olduğunu göstermektedir.

Öte yandan Aralık 2019'daki yaş gruplarına göre yapılan araştırmada sosyal medya kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubunun %90,2 ile 25-34 yaş arası olduğu görülmektedir. Bu grubu % 85.7 kullanım oranı ile 18-24 yaş grubu takip ettiği, 65 ve üzeri yaş oranı ise %22.1 olarak belirmektedir (Türkiye Raporu, 2019). 2021 Ocak ayında yapılan bir araştırmaya göre ise 65 yaş grubunun sosyal medya kullanımı tüm yaş grupları ile karşılaştırıldığında % 2.15 olduğu tespit edilmiştir. Bu grubu % 3,4 ortalama ile 13-17 yaş aralığı takip ederken en yüksek oran % 15,6 ile 25-34 yaşa aittir (Bayrak, 2021).

Bu veriler bir arada okunduğunda tüm yaş gruplarının giderek daha fazla internet ve sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Bu durum Castells'in, sosyalleşmenin özelleştirilmesi düşüncesinin giderek daha hızla işlerlik kazandığının göstergesi sayılabilir. Yani bilgisayara dayalı sanal bağların uzamsal biçimde dağılması sınırlı sosyal hayatlar yaşayan insanların giderek daha fazla yeni toplumsal bağlar kurma fırsatını doğurduğu anlamına gelmektedir. Çünkü bu iletişim aracı çekincesiz iletişimi desteklemekte ve düşük statüdekiler dahil olmak üzere herkesin ağlara katılımını mümkün hale getirmektedir. Böylece kadınlar, yaşlılar, çocuklar, gençler ve toplumdaki diğer kesimler bu elektronik iletişim aracının koruması altında kendilerini daha açık ifade edebilmektedirler (Castells, 2003: 480). Bu da yalnızlığın farklı türleri ile baş etmek isteyenler için kullanışlı bir aracın var oluğunu göstermektedir.

Bir ihtiyaç olarak sosyal etkileşim, her yaştaki bireyin temel haklarındandır. Bu ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak gençlerin daha geniş imkânlara sahip olduğu söylenebilse de günümüzde yaygın olarak kullanılan farklı sosyal medya araçları ile her yaştaki insanların aynı imkâna sahip olduğu söylenebilir. Hatta yaşlılara yönelik yapılan bir araştırmada sosyal ve duygusal yalnızlık hissedenlerin içerik paylaşma, iletişim kurma ve işbirliği sağlamak için bu platformları kullandıkları belirlenmiştir (Kalınkara ve Sarı, 2019: 12). Bu araştırmaya göre yaşlıların her gün interneti kullanma oranı % 68,3, daha az sıklıkta kullananların ise % 31,7 olarak tespit edilmesi genç nüfusla işbirliği yapma potansiyelini arttırmaktadır. Çünkü yaşlılar, yeni teknolojileri kabullenmekte gençlere göre geride kalsalar da bu teknolojilerin ihtiyaçlarına cevap verdiğini fark ediklerinde yeni teknolojik hizmete ya da ürüne ulaşmaktan kaçınmamaktadırlar (Sümer, 2017: 187).

Toplum 5.0 tüm bireylerin katılımının sağlandığı bir hayal toplumu olarak tanımlanmaktadır (Keidanren, 2016). Burada tüm insanların fikirlerinden faydalanılmak istenmektedir. Çünkü her fikrin bir ilham anlamına gelebildiği düşünülmektedir. Bu düşünceye göre bireyler kendi istedikleri doğrultuda kendi hayallerini gerçekleştirmek için fırsatları değerlendirirken yapacağı katkı, refah toplumunun inşasını sağlayacaktır. Tabi bu işi yaparken bireyle yapay zekâ, robotik, sosyal medya ve diğer dijital teknolojilerin sosyal bilişim özelliklerinden faydalanması da öngörülmektedir (Wang vd., 2016: 382). Dolayısıyla bütün bu imkânların işletilmesi sonucunda bireylerin, başkasının yardımını almadan salt kendileri istemeleri halinde fiziksel sosyal çevredeki her türlü yalnızlık veya yalnızlaşma sorununa çözüm bulabilmesi beklenebilir.

9 Sonuç

Dijitalleşmenin bir soncu olarak gelişen bilişim bilimi; bilgi işlem, mühendislik ve sosyal bilişim olarak yeni uzmanlık alanlarını doğuracak şekilde genişlemiştir. Bu alt dallardan sosyal bilişim, BİT ile bu teknolojilerin bulunduğu geniş sosyal bağlam arasındaki ilişkilere odaklanan bir araştırma alanını temsil etmektedir. Modern zamanların bir sorunu olarak değerlendirilen bireyselleşme, yalnızlık ve yalnızlaşma sorunu da bu çerçevede değerlendirilmektedir. Sosyal bilişim, sağlıklı bireyselleşmenin inşasına yönelik olarak kişinin; değer, tutum ve ahlak gibi disiplinlerinin yerine kendine özgü tercihleri yerleştirmesi noktasında bir takım olanakları sunduğu anlaşılmaktadır. Toplum 5.0'da, teknolojik olanaklar sayesinde genç ve yaşlı nüfusun bir arada, kabiliyetlerine uygun olarak istedikleri biçimlerde ekonomik ve sosyal etkinliklerde bulunabilmelerinin yollarının bulunması bu çözümlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Süper akıllı topluma doğru gerçekleşen paradigmal kayışa uygun olarak bu işlevsel işbirlikleri hem sosyal hem de ekonomik olarak birer değere dönüştürülebilir.

Öte yandan modern toplumun ilk teorisyenleri üretim tekniklerinde ve tarzlarında ortaya çıkan değişimlerin toplumu daimi bir biçimde ve kapsamlı bir dönüşüme uğrattığı konusunda hem fikirdirler. Günümüzde haberleşmede interaktif bir deneyim sunulmasıyla birlikte kolaylaşan

bilginin dağıtımıyla hem nesnelerarası etkileşim hem de insanların iş yapma biçimi büyük oranda değişikliğe uğramıştır. Bu dönemde web siteleri üzerinden dünyanın önemli teknoloji şirketlerine dönüşebilmesi, dengelerin hızlı bir şekilde değişmesine neden olmuştur. İletişim, sosyalleşme, ağ kurma ve paylaşma gereçlerinin giderek artmasına rağmen bu değişim nedeniyle bir tür yabancılaşma ve yalnızlaşmanın giderek derinleştiği söylenebilir. Bu nedenle sosyal yaşam içinde müdahaleyi gerektiren bir durum olarak karşılaşılan bu sorunun, sosyal becerilerin geliştirilmesi, sosyal destek verilmesi, sosyal etkileşim için fırsatlar sunulması ve uyumsuz sosyal bilişin fark edilmesi gibi konularda sosyal bilişimin çözüm desteği verebilmesi önemli bir olanaktır.

Yeni teknolojilerin günümüzde ulaştığı dijital boyut, kaynakların insan yararına kullanımını daha da kolaylaştıran teknikleri beraberinde getirmiştir. Böylece hem sosyal hem de ekonomik açıdan toplumlara yeni önemli fırsatlar sağlanmaktadır. Bu teknolojilerden bulut bilişim, nesnelerin interneti, büyük veri ve CPS, dijital dünya ile gerçek dünyayı birbirine bağlamıştır. Böylece tasarımdan üretime, hizmetlerden geri dönüşüm ekonomisine kadar dijital bilgi işlem yöntemlerini kullanarak yeni teknolojik çıktılar elde edilebilmektedir. Bu noktada insan yanımızın yüksek teknolojiye şekil vererek onu yaşamlarımıza bilinçli bir şekilde entegre edilmesine, hatta bunu bir zorunluluk halini aldığına dair Naisbitt'in fikrine katılmak mümkündür.

Castells'in (2003) ifadesiyle "teknolojik ama geleneksel biçimde sanayiye dayalı olmayan, sanayinin üzerinde bir medeniyetin habercisi" sayılabilen bu dönemde, temelinde BİT'in olduğu inovatif bir kültür giderek yükselmektedir. Bu kültürün bireyinin etrafında kurulan sosyal ağlar vasıtasıyla, sosyalleşmenin özelleştirilmesi de sağlanmıştır. Yani hem fiziksel hem de bilgisayara dayalı olarak sanal bağlar, giderek uzamsal biçimde dağıldığından hali hazırda sınırlı sosyal hayatlar yaşayan insanların yeni toplumsal bağlar kurma fırsatı doğmaktadır. Bu iletişim aracının çekincesiz iletişimi desteklemesi nedeniyle düşük statüdeki çalışanların dahi şirket temelindeki ağlara katılımı mümkün hale gelmektedir. Böylece kadınlar ve yaşlılar dahil toplumdaki bütün kesimler bu elektronik iletişim aracının koruması altında kendilerini daha açık ifade edebilmektedirler.

Sonuç olarak günümüzün dijital teknolojisiyle üç boyutlu planların yapılması, simülasyon oluşturulması, sensör kullanımı, yapay görme metotlarından faydalanılması, online olarak testlerin yapılması mümkün hale gelmiştir. Bunun ötesinde, BİT'in global düzeyde iletişimi sağlaması ve ekonomik ve sosyal faaliyetlerde gittikçe daha fazla kullanılması, toplumun farklı kesimlerinin her iki faaliyet türünde global ölçekte yollarının kesişebilmesi anlamına gelmektedir. Bu durumda gençler yaşlıların tecrübesinden, yaşlılar ise gençlerin yeni teknolojileri kullanma becerisinden faydalanması beklenebilir. Kişilerin kabiliyetlerine uygun olarak yaptıkları işbirlikleri böylece hem sosyal hem de ekonomik olarak kümülatif bir değere dönüşebilir. Bireylerin katılımının sağlandığı bir hayal toplumu olarak tanımlanan Toplum 5.0'da gerçekleşmesi beklenen bu işbirliği ile bireysel davranışlar yalnızlaşmaya götüren bir eylem olmaktan çıkarıldığı gibi olası sosyal ve psikolojik travmaların önüne geçilebilecek bir çözüm olarak da görülebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça/ References

Bayrak, H. (2021). *2021 dünya internet, sosyal medya ve mobil kullanım istatistikleri*. Nisan 2027, 2022 tarihinde dijilopedi.com: https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/ adresinden erişildi.

Baudrillard, J. (2004). *Nesneler Sistemi.* İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bauman, Z. (2001). *Bireyselleşmiş toplum.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Beck, U. ve Beck-Gernsheim, E. (2010). iChina : The rise of the individual in modern Chinese society. M. H. Hansen, ve R. Svarverud (Ed.) *iChina: The Rise of the Individual* içinde, (ss. XIII-XX). Copenhagen: NIAS.

Bell, D. (2012). *İdeolojinin sonu.* Ankara: Sentez Yayınları.

Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society - A venture in social forecasting.* New York: Basic Books.

Castells, M. (2003). *Enformasyon çağı: Ekomomi, toplum ve kültür - cilt 1.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Ceyhun, Y., ve Çağlayan, M. U. (1997). *Bilgi teknolojileri Türkiye için nasıl bir gelecek hazırlamakta.* Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Cezayirli, G. (2004). Küreselleşme, bireyselleşme ve toplumsallaşma. *Erdem*, 29-58.

Demirović, A. (2007). *Alex Demirović: Eleştirel toplum teorisi ve toplum (Çev. M. Açıkgöz).* İstanbul: FelsefeLogos Yayınevi.

Doğan, M. S. (2005). Sosyalleşme, sosyal değişme ve siyasal sosyalleşme. *İstanbul Journal of Sociological Studies* (5), 31-40.

Güner, H. ve Acartürk, C. (2020). The use and acceptance of ICT by senior citizens: a comparison of technology acceptance model (TAM) for elderly and young adults. *Universal Access in the Information Society*, 311-330.

Gürses, D. (2009). "İnsani Gelişme" ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 339-350.

Harvey, D. (2004). *Yeni emperyalizm.* İstanbul: Everest Yayınları.

Kalınkara, V. ve Sarı, İ. (2019). Yaşlılarda sosyal ağ kullanımı ve yalnızlık ilişkisinin belirlenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 12*(1), 8-19.

Karakaş, S., Rukancı, F. ve Anameriç, H. (2009). *Belge yönetimi ve arşiv terimleri sözlüğü.* Ankara: Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü.

Keidanren. (2017). *Society 5.0 -Co-creating the future- (Excerpt).* Tokyo: KEİDANREN.

Keidanren. (2016). *Toward realization of the new eeconomy and society - Outline.* Tokyo: Keidanren.

Kling, R. (2007). What is social informatics and why does it matter? *The Information Society* (23), 205-220.

Marx, K. (2004). *Kapital-1.* (Çev. A. Bilgi). Ankara: Sol Yayınları,

Naisbitt, J. (2004). *İnsan ve teknoloji.* İstanbul: CSA Global Yayın Ajansı.

Öztemiz, S. (2018). Sosyal bilişim üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 309-318.

Öztuna, B. (2019). *Toplum 5.0.* Bursa: Ekin Basın Yayın ve Dağıtım.

Reichmann, F. F. (2016). Loneliness. *Psychiatry*, 1-15.

Russell, D. W. (1982). The measurement of loneliness. *Yalnızlık: Güncel teori, araştırma ve terapinin bir kaynak kitabı* içinde (ss. 81-104). Ames: Iowa State Unversity.

Salgues, B. (2018). *Society 5.0: Industry of the future, technologies, methods and tools.* Londra: ISTE.

Sawyer, S. ve Eschenfelder, K. (2005). Social informatics: Perspectives, examples, and trends. *Annual Review of Information Science and Technology, 36*(1), 427-465.

Smutny, Z. ve Vehovar, V. (2020). Social ınformatics research: Schools of thought, methodological basis, and thematic conceptualization. *Journal of the Associatıon For Information Science and Technology, 71*(5), 529-539.

Snyder, E. E., ve Spreitzer, E. (1976). Correlates of sport participation among adolescent girls. *Research Quarterly. American Alliance for Health, Physical Education and Recreation, 4*(47), 804-809.

Sunar, L. (2018). *Değişim sosyolojisi.* Ankara: Nobel Akademik.

Sümer, F. E. (2017). Sosyal medya kullanım pratikleri üzerine ampirik bir araştırma. *Global Media Journal TR Edition, 8*(15), 166-182.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri (t.y.). 14 Mayıs 2022 tarihinde sozluk.gov.tr: https://sozluk.gov.tr/ adresinden erişildi.

Svendsen, L. (2018). *Yalnızlığın felsefesi.* İstanbul: Redingot Yayınları.

Toffler, A. (1991). *Ekonominin çöküşü - Eko Spazm.* İstanbul: İnsan Yayınları.

TUE.nl. (2020). 12 Mayıs 2022 tarihinde https://www.tue.nl/en/our-university/departments/built-environment/research/smart-cities/smart-societies/ adresinden erişildi.

TÜİK. (2021). *Son üç ay içinde bireylerin yaş grubuna ve cinsiyetine göre bilgisayar ve İnternet kullanım oranı, 2004-2021*. 27 Nisan 2022 tarihinde tuik.gov.tr: https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437 adresinden erişildi.

Türkiye Raporu. (2019). *Sosyal medya kullanımı*. 27 Nisan 2022 tarihinde turkiyeraporu.com: https://turkiyeraporu.com/arastirma/sosyalmedyakullanimi-1766/ adresinden erişildi.

UNDP. (2015). 22 Nisan 2020 tarihinde https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals/goal-3-good-health-and-well-being.html adresinden alındı

Wikipedia. (2022). *Informatics*. 14 Mayıs 2022 tarihinde wikipedia.org: https://en.wikipedia.org/wiki/Informatics adresinden alındı.

Wang, X., Li, L., Yuan, Y., Ye, P., ve Wang, F.-Y. (2016). ACP-based social computing and parallel intelligence: Societies 5.0 and beyond. *ScienceDirect* , 377-393.

Yaşar, M. R. (2007). Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17*(1), 237-260.

Yavuzer, H. (1979). 6-12 Yaş çocuklarının psiko-sosyal gelişmesi. *Türk Psikoloji Dergisi,* (5), 20-24.

Zarifoğlu, C. (2011). *Yaşamak.* İstanbul: Beyan Yayınları.

journal of sociologicalcontext
sosyolojikbağlam
dergisi

ISSN: 2757-5942. Sosyolojik Bağlam®, 2022 3 (2) 203-218
https://doi.org/10.52108/2757-5942.3.2.7

Derleme Makale ◆ Review Article

1980 Sonrası Dönemde Afganistan'da Terör Eylemleri ve Toplumsal Sonuçları

Acts of Terrorism in Afghanistan in the Post-1980 Period and their Social Consequences

Ramazan AHMADI*

0000-0002-8299-7080

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 25. 05. 2022
Düzeltme Talebi: 16. 07. 2022
Son Düzeltme: 25. 07. 2022
Kabul: 26. 07. 2022
Online Yayım: 15. 08. 2022

Anahtar Kelimeler:

Sosyoloji
Terör
Güvensizlik
Göç
Köktendincilik

ÖZ

Küresel bir tehdit olarak terörizm, dünya barışını ve güvenliğini tehlike altında bırakmaktadır. 40 yılı aşkın bir süredir savaş ortamında bulunan Afganistan teröre kaynaklık eden bir ülke olarak bilinmektedir. Bu çalışmasının amacı Afganistan'daki terör eylemlerinin nedenlerini araştırmak ve bu krizin toplumsal sonuçları üzerine değerlendirmelerde bulunarak terörle mücadele politikası için yararlı olacaktır. Nitel araştırma desenine göre tasarlanan bu çalışmada birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılarak doküman analizi tekniği kullanılmaktadır. Suud kökenli Usame Bin Ladin tarafından Afganistan'da kurulan El Kaide, radikalizm ve köktendinciliğin temsilciliğini üstlenmiş ve sonrasında diğer ülkelere nüfuz etmiştir. 1994 yılında, Pakistan'ın siyasi çıkarları ve desteği doğrultusunda Taliban örgütü kurulmuştur. Bu bağlamda Afganistan'daki savaş ve terörizm, kökleri hem yabancı ülkelerin müdahalelerine hem de Afganistan'daki grup içi çatışmalara dayanan çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Öte yandan Afganistan, geleneksel bir toplumdur ve köktendincilik sebebi ile dinin radikal yorumları çerçevesinde terörist grupların oluşumuna yol açmaktadır. Bu yüzden ülkedeki terör faaliyetleri siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olmuştur. UNAMA raporuna göre 2009-2020 yılları arasında 38.559'dan fazla sivil öldürülmüştür ve 72334 sivil yaralanmıştır. Güvensizlik ekonomik yapıyı durdurmuş, yoksulluk, işsizlik, savaş ve terör faaliyetleri pek çok insanın ülkesini terk etmesine yol açmıştır. Ülkedeki terör faaliyetleri Afganistan'ı narkotik maddeler üreten ülkelerden biri haline getirmiştir. Burada bulunan terör örgütleri uyuşturucu kaçakçılığı yoluyla kendilerini finanse etme yoluna girmiş ve beraberinde eğitim sistemi zarar görmüş, bazı bölgelerde okulların ve eğitim merkezlerinin kapatılması nedeniyle nüfusun nitelikli bir hale dönüşmesinin imkanları ortadan kaldırılmıştır.

ARTICLE INFO

Submitted: 25. 05. 2022
Revision Requested: 16. 07. 2022
Final Revision Received: 16. 07. 2022
Accepted: 26. 07. 2022
Published Online: 15. 08. 2022

Keywords:

Sociology
Terror
Insecurity
Migration
Fundamentalism

ABSTRACT

Terrorism as a global threat puts world peace and security in danger. Afghanistan, as a war-torn country for more than 40 years, is known as a haven for terrorism. This study will investigate the causes of terrorist acts and their social consequences in Afghanistan. It will be helpful in the policy of counterterrorism. in this qualitative research, primary and secondary sources use the document analysis technique. Al-Qaeda, founded in Afghanistan by Saudi-born Osama Bin Laden, assumed the representation of radicalism and fundamentalism and later penetrated other countries. In 1994, the Taliban was established in the interests and with the political support of Pakistan. In this context, war and terrorism in Afghanistan have various factors rooted in both foreign interventions and intra-group conflicts in Afghanistan. On the other hand, Afghanistan is a traditional society, and fundamentalism has the feature of giving rise to radical and terrorist groups with radical interpretations of religion. Therefore, terrorist activities in the country have led to negative political, economic, social, and cultural consequences. According to the UNAMA report, between 2009 and 2020, more than 38,559 civilians were killed, and 72334 civilians were injured. Insecurity has affected the economic structure; poverty, unemployment, war, and terrorist activities have caused many people to leave their country. Terrorist activities in the country have made Afghanistan one of the countries producing narcotics. The terrorist organizations started to finance themselves through drug smuggling, and the education system was damaged. Due to the closure of schools and education centers in some regions, the opportunities for the population to become more qualified were eliminated.

***Yazar İletişim/ Corresponding Author**: Ramazan Ahmadi (Doktora Öğrencisi), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Antalya, Türkiye ✉ ramazan.ahmadi230@gmail.com
Kaynak Gösterimi/ Citing This Article: Ahmadi, R. (2022). 1980 sonrası dönemde Afganistan'da terör eylemleri ve toplumsal sonuçları. *Sosyolojik Bağlam Dergisi, 3*(2), 203-218. doi:10.52108/2757-5942.3.2.7

1 Giriş

Uzun süredir güvensizlik, siyasi kriz ve savaş içerisinde olan Afganistan'da terör eylemleri giderek artmaya devam etmektedir. Bu makalenin amacı sosyolojik bir perspektiften Afganistan'daki terör eylemlerinin nedenlerini araştırmak ve bu krizin toplumsal sonuçları üzerine değerlendirmelerde bulunarak bilimsel çözüm önerileri geliştirmektir. Çalışmada tarihi bir perspektiften hareketle Afganistan'daki terörün kaynakları, nedenleri, kaotik ortamın büyümesine sebep olan etkenler, içsel ve dışsal faktörler incelenmektedir. Aynı zamanda terörün toplumsal sonuçları temel alınarak ülkede yaşanan problemlere ilişkin çözüm önerileri geliştirilmektedir.

Afganistan'da iç ve dış faktörler güvensizlik ve terörizme sebep olmuştur. Bu durumda etkili faktörlerin; bölge ve dünyadaki ülkelerin müdahaleleri, kendi kendine yeten ekonomilerinin olmaması, ulusal birlik eksikliği, adaletsizlik, etnik ve siyasi çatışma ve bölgeler arası düşmanlıklar olduğu düşünülmektedir. Ayrıca iş gücünün zayıflığı ve hükümette yolsuzluk, hukukun uygulanmaması, halkın işsizliği ve yoksulluğu, krizi sona erdirecek siyasi iradenin olmaması kriz ve savaşın başlıca nedenleri arasındadır.

Dünyadaki en temel tartışma konularından biri güvenliktir. Güvenlik, yaşam memnuniyetini artırır. Ancak 21. yüzyılda güvensizlik ve terörizm maalesef ülkelerdeki en büyük sorun ve zorluklardan biri haline gelmiştir. Afganistan, uluslararası ülkeler arasında dünyanın en güvensiz ve tehlikeli ülkelerindendir. Küresel Barış Endeksi (GPI) 2020'ne göre, Afganistan dünyanın en güvensiz ülkeleri arasında ilk sırada yer alırken, onu Suriye, Irak, Güney Sudan ve Yemen izlemektedir (Global Peace Index, 2020). Afganistan Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu (AIHRC), 2020'de 2.958 sivilin öldüğünü ve 5.542'nin yaralandığını belirten yıllık sivil kayıp raporunu yayınlamıştır. Ölen sivillerden 330'u kadın ve 565'i çocuktur. 517 kadın ve 1454 çocuk ise yaralanmıştır. Ülke genelinde ölümcül Taliban, El Kaide ve DAEŞ saldırılarına maruz kalan Afganistan, dünyada savaş ve terörizmden kaynaklanan en yüksek ölüm sayısına sahiptir (AIHRC, 2021).

Güvensizlik ve terörizm faaliyetleri, Afganistan'da bulunan altyapının tahrip olmasına, eğitim sisteminin zarar görmesine, sivil kayıplarına, gerginliklere, toplu göçe ve beyin göçüne neden olmaktadır. Tüm bunlar ülkenin kalkınması ve siyasi istikrarı üzerinde telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açmaktadır. Bu temelden hareketle Afganistan'daki terör eylemlerine dikkat çekerek terör eylemlerinin temel kaynağı, nedenleri, himayecileri ve toplumsal sonuçlarını araştırmak ve bilimsel, faydacıl çözüm önerileri sunmak çalışmanın temel çıkış noktasını ve sorularını oluşturmaktadır. Ana konuyu incelemek için önce terörizmin tanımı ve çeşitleri tartışılacak, ardından Afganistan'daki güvensizlik üzerine odaklanılacaktır.

2 Terörizm Kavramına İlişkin Tanımlar

Terörizm kelimesi terör kökünden türetilmiştir. Terör, "korkmak" veya "titreme" anlamına gelen Latince bir kelimedir. Temel bir sosyal fenomen olan terörizm, farklı bağlamlarda farklı nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Terörizm, karmaşık ve birbiriyle ilişkili sosyal, ekonomik, kültürel, politik, tarihi ve çevresel faktörlerin bir sonucudur. Terörizmin anlamı ise sosyal olarak inşa edilmiştir. Walter, terörizmin insanlığın karşı karşıya bulunduğu en önemli ve en tehlikeli problemlerden biri olduğunu belirtmiştir (Koçak, 1989: 11). Terörizm; cinayet, saldırı, kundakçılık, mülkün yıkılması veya bunun tehdidinden farklıdır. Aradaki fark, terörist şiddetin ve hasarın etkisinin, hedef kurbanlardan (örneğin hükümet veya ordu) daha fazlasına ulaşmasıdır. Aynı zamanda, daha geniş bir yelpazeden oluşan hedeflere (örneğin siviller ve hatta bir bütün olarak toplum) yöneliktir. Terörizm, güçlü hedefleri nedeniyle normal suçtan farklıdır. Terörizm, korku ve dehşet havası yaratmak ve dolayısıyla sosyal veya politik değişikler getirmek için kullanılan şiddet veya şiddet tahdididir (Hüseyin, 1990: 38). Ancak her şiddet olayı terörizm değildir (Beşe, 2002: 23). Bir eylemin terörizm olarak nitelendirilebilmesi için siyasi amaçla yapılması gerektiği görüşü hakimdir (İçli, 2002: 171).

Terörizmin farklı kaynaklardaki tanımlarında ortak özellikler olarak; şiddet olayları ve siyasi bir motifin olması, terör ve korkunun organize olarak toplumu ve devleti hedef alması, halk içinde güvensizlik ortaya çıkması, sembolik hedeflerin kullanılması, acımasız yöntemler uygulanması, toplumda çaresizlik duygusu yaratılması, halkın dikkatinin çekilerek reklam yapılması, gizli planlama ve eylemlerin uygulanması, grup ya da topluca eylemlerde bulunulması ve gelişmiş

silahların kullanılması olarak tanımlanabilir (Caşın, 2008: 102). Terörizmin en dikkat çekici özelliği, yasal ve meşru siyasal çatışma yöntemlerini kullanmamasıdır.

Terörizm olgusu, coğrafi sınırları aşıp yerel aşamadan evrensel aşamaya geçtikten sonra çağdaş dünya toplumları üzerinde tehlike kaynaklarından biri haline gelmiştir. Terörizm evrensel bir olgudur, gelişmiş ve gelişmekte olan dünya devletlerinin çoğunu farklı sebeplerle ve birçok ad altında tehdit etmeye başlamıştır. Terörizm, yayıldığı toplumlarda çirkin suçlar işlemekte, korkuya sebep olmakta ve her türlü tahribata yol açmaktadır. Terörizm, sebep olan faktörler ve failleri bakımından iki kısma ayrılabilir. Terörizme sebep olan faktörler; etnik ayrımcılık terörizmi, ideolojik ve inançsal terörizm ve siyasi terörizmdir. Terörizmin failleri ise "bireylerin terörü, organize örgütlerin terörü, devlet terörü ve uluslararası terördür (Abdülrahman, 2020: 22). Dolayısıyla, Afganistan'daki terör eylemleri hem terörizme sebep olan faktörleri hem de terörizmin failleri bakımından değerlendirilecektir.

3 1980 Sonrası Afganistan'da Terör Eylemleri ve El Kaide'nin Ortaya Çıkışı

Afganistan, tarih boyunca güvensizlik ortamına ve çatışmalara maruz kalmıştır ve günümüzde dünyanın en güvensiz ülkelerinden biri konumundadır. Afganistan'da birçok bölge Taliban, El Kaide ve diğer terörist gruplarının kontrolü altındadır ve terör faaliyetlerini her geçen gün yoğunlaştırmaktadır. Güvensizlik Afganistan'daki en önemli sorunlardan biridir ve bu nedenle terörist faaliyetlerin temel nedenlerine dikkat edilmesi gerekmektedir ve terörün tarihi süreci incelenmelidir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD ile Sovyetler Birliği arasında siyasi çekişmeler başlamış ve ABD'nin Vietnam Savaşı'nda (1955) yenilmesiyle Afganistan, ABD'nin dikkatini çekmiştir. Amerikalı yazar ve araştırmacı Henry Bradsher, ABD Dışişleri Bakanlığı'nın Afganistan'ı acil operasyon bölgesi olarak belirlediğini ve 1959'da Afganistan'daki Sovyetler ile rekabet etme yollarını araştırma yoluna girdiğinden bahsetmiştir (Bradsher, 2008: 30).

Sovyet birliklerinin varlığı ve 1997'de Afgan topraklarının işgal edilmesiyle birlikte, hem Afganlar tarafından Ruslara karşı "Mücahidler" denilen direniş kuvvetleri oluşturulmuş hem de Pakistan, Suudi Arabistan ve ABD, Sovyetler Birliği'ne müdahale etmeye başlamıştır. Pakistan'ın tepkisi İslami bir direniş grubu kurmak olurken, Suudi Arabistan mali destek sağlamış ve ABD silah göndermeyi taahhüt etmiştir (Pohly, 2001: 67).

Mücahitler farklı siyasi partiler halinde örgütlenmiş ve Suudi Arabistan, Pakistan ve Amerika Birleşik Devletleri dahil olmak üzere farklı ülkeler tarafından silahlandırılarak desteklenmiştir. Mücahidler, Afgan-Sovyet savaşı sırasında önemli ölçüde güç ve para kazanmıştır (Zalman, 2020). CIA (Central Intelligence Agency) doğrudan savaşa dahil olmamış, ancak Pakistan'daki tüm operasyonlar ISI (Inter-Services Intelligence) tarafından yürütülmüştür. CIA silahları doğrudan Pakistanlılara sağlamış ve Pakistanlılar da silahları mücahitlerin kullanımına sunmuştur (Pohly, 2001: 30).

Afganistan'ın Sovyet işgali, Bin Ladin ve 1980'lerde Afgan cihadına katılan dünyanın dört bir yanındaki binlerce genç Müslüman için şok edici bir olay olarak tarihe geçmiştir. II. Dünya Savaşı'ndan bu yana ilk kez, gayrimüslim bir güç Müslüman bir milletin topraklarını işgal etmiştir. Aslında bu olay, Bin Ladin'in hayatını değiştirmiş, onu Suudi Arabistan'daki sessiz yaşamdan, işten ve zengin aileden ayırarak, Afgan direnişinin tam zamanlı ve aktif bir destekçisi haline getirmiştir (Bergen, 2011: 71).

Bin Ladin'in Filistinli din adamı Abdullah Azzam ile yüzleşmesi dönüşümün başlangıcıdır. Azzam, dünyanın her yerinden güçleri Afganistan'daki Sovyetlerle hem ideolojik hem de örgütsel olarak savaşmak için seferber etme konusunda ciddi bir tavır sergilemiştir. Usame bin Ladin, 1980'de Pakistan'ın Lahor kentine gidip "Cemaat-i İslami" denilen İslami Cephe karargahındaki Afgan direniş hareketini desteklemek için para bağışlamıştır (Pohly, 2001: 67). Azzam, Bin Ladin'in danışmanı olmuş ve birlikte 1984'te Arap gönüllüleri işe almak veya Sovyet işgalinden sonra Pakistan'a kaçan Afgan mücahitler ve mülteciler için mücahit cepheleri güçlendirmekle görevlendirilen Hizmet Bürosu'nu kurmuştur (Bergen, 2011: 71). Bin Ladin 1984'te Afganistan'a girmiş ve Mücahitlerle, Sovyetlere karşı savaş açmıştır. 1986'da Afganistan sınırına yakın Afgan topraklarında İslamcı Araplar için özel bir eğitim kampı kurmuştur. 1988'de Bin Ladin liderliğinde, El Kaide adlı bir cihatçı

büro kurmuştur. Bu ofis, küresel olan operasyonların ve terörist faaliyetlerin merkezi olarak bilinmektedir (Pohly, 2001: 68).

El Kaide birçok ülkeden militanlara sahip, dünya genelinde faaliyet gösteren çok uluslu yasa dışı bir örgüttür. Usame bin Ladin 1980'li yılların sonunda Afganistan 'da Sovyet Birliği 'ne karşı savaşan Arapları bir araya getirerek finansal yardımda bulunmuş ve Afgan direnişi için onları radikal düşünceleri doğrultusunda eğitmiştir. El Kaide İslami grupların faaliyet gösterdiği bölgelerde küresel bir radikalizmi, bu tarz radikal grupların olmadığı bölgelerde ise öncelikli olarak radikal anlayışın geliştirilmesini amaçlamaktadır (Demirel, 2005:11).

1989-1993 yılları arasında Irak savaşındaki isyanın ve Irak'ta El Kaide'nin lideri olan Ebu Musab Zerkavi ve 1996'dan 1998'e kadar da Bin Ladin'in yardımcısı olan Eymen Zevahiri Afganistan savaşında görev yapmıştır (Bergen, 2011: 25). Afgan Mücahid komutanları arasında, Komutan Abdul Haq ve Maulvi Jalaluddin Hakkani CIA ajanları ile doğrudan ve yakın temas halinde bulunmuş daha sonra CIA ile Kabil çevresindeki Mücahid Cephesi arasında bir irtibat olarak çalışmıştır (Coll, 2016: 388).

CIA ajanları Jaji'de Mücahidin için bir telekomünikasyon merkezi kurmuştur. Bu merkez cihatçı Arap kampının yakınındadır ve Bin Ladin'in kampı da orada bulunmaktadır. ABD ajanları üzerindeki yasağa rağmen, CIA ajanları ISI personeli ve güvendiği Afganlarla birlikte bu kamplara ve merkezlere gitmiştir. CIA, Arapların nüfuzunu artırdığı Paktia'ya büyük miktarda silah, cephane ve insani yardım göndermiş ve Suudileri bunu yapmaya teşvik etmiştir. Bin Ladin ve ISI ajanları ile doğrudan teması olan Celaleddin Hakkani bu faaliyetlerin merkezinde bulunmuş ve Hakkani'ye CIA tamamen güven duymuştur (Coll, 2016: 388).

Mısır Cumhur Başkanı Mübarek, Usame bin Ladin gibi Arap savaşçıların esas olarak Amerikan yapımı olduğuna ve yakın zamanda çatıştığına inanmıştır. Ancak Pohly, Usame bin Ladin'in Amerikalılar tarafından ortaya çıkarıldığına dair kesin bir kanıt olmadığını söylemiştir (Pohly, 2001: 30). ABD'nin Mücahitlere yardımı sürekli olarak devam etmiştir; örneğin Mücahitlere ABD askeri yardımı 1986 yılında 360 milyon dolara ve 1987 yılında 470 milyon dolara yükselmiştir. Ayrıca, Amerika Birleşik Devletleri Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID), 1988'de 40 milyon dolara ulaşan 'savaş dışı' bir program başlatmıştır (Rawa, 1994: 66).

USAID programı öncelikle Afganistan'daki Mücahitlerin kontrolündeki bölgelerde yüzlerce ilkokul kurarak eğitime odaklanmıştır. Okulların ve müfredatın kurulması, Peşaver'deki ABD destekli Afganistan Eğitim Merkezi tarafından finanse edilmiştir. Bu merkezin okullar için geliştirdiği müfredat bir savaş müfredatı olmuştur. İlköğretim matematik ders kitaplarında bile, dört matematiksel işlem Rus askerlerinin öldürülmesi ve yaralanmasıyla ifade edilmiştir. Eğitim merkezinin yanı sıra, İslamabad'daki Afganistan Cihat Konseyi ve Peşaver'deki Afgan Bilgi Merkezi gibi propaganda, kültür kurumları ve diğer kurumlar da ABD finansmanı ile kurulmuş ve işletilmiştir. Sonuç olarak, ABD istihbarat politikasındaki saldırı, Sovyet geri çekilmesinin sonuna ve hatta 1980'lerin sonuna kadar devam etmiştir (Andishmand, 2005: 52).

Sovyetler Birliği'nin Afganistan'da yenilmesinden sonra Usame bin Ladin, Müslümanların Ruslara karşı savaşının sona erdiğini düşünerek El Kaide örgütünü canlı, İslam'ı korumaya ve dünyanın her köşesinde Müslümanları savunmaya hazır halde tutmaya karar vermiştir. Kasım 1989'da Pakistan'dan Suudi Arabistan'a giden Bin Ladin, 1991'in başlarında Pakistan'a dönmüş ve Afgan liderler arasında bir uzlaşma sağlamaya çalışmıştır. Ancak Afganistan bir iç savaşa sürüklenirken bin Ladin Afganistan'dan vazgeçerek Sudan'a gitmeye karar vermiştir. 1991 yılında Sudan'a taşınan Usame bin Ladin, El Kaide karargahını da Sudan'a taşımıştır. Ülkelerine dönemeyen veya ülkeleri tarafından aranan El Kaide mensupları, 1989'da İslamcı bir grup olan Ulusal İslam Cephesi'nin Sudan'da iktidara gelmesiyle Sudan'da yeni bir grup oluşturmuştur. El-Kaide ve İslami Sudan Ulusal Cephesi barış içinde bir arada var olmuşlardır. Bin Ladin, El-Kaide'nin Sudan'da oluşturduğu yeni grup için para sağlamış ve ülkenin yoksullarından üyeler toplamış. Sudan, El Kaide için güvenli bir sığınak olmuştur (Bergen, 2011: 159-162).

Afganistan'daki savaşın sona ermesinden sonra Bin Ladin ile Amerika arasında muhalefet ve düşmanlık başlamıştır. Bin Ladin, Irak ve Yemen arasındaki savaşı; Kuveyt Savaşı'nı, Suudi Arabistan'daki ve 1992'de Somali'deki Amerikan askeri varlığını; İslam dünyasına hâkim olmak için geniş Amerikan planının bir parçası olarak değerlendirmiştir. 90'ların başlarında El Kaide'nin

Sudan'daki yeni üssü, Aralık 1992'de başlayan Amerikan insani misyonuna karşı çıkmak için Somali Savaşı'na müdahil olmaya çalışmıştır (Bergen, 2011: 163). Riyad, Mısır ve ABD'nin Sudan hükümeti üzerindeki baskısı, Bin Ladin'in Sudan'dan ayrılarak 1996'da Afganistan'a dönmesine neden olmuştur (Bergen, 2011: 217).

Afganistan'da Taliban'ın kurulmasıyla birlikte Bin Ladin, Pakistan sınırının yakınlarındaki Celalabat'tan Afganistan'a dönmüş 1997'de Taliban'a katılmıştır. Bin Ladin ve Müslüman devletlerden kaçan birkaç terörist, 1998 yılında Doğu Afganistan'daki Khost şehri yakınlarında Yahudilere ve Haçlılara karşı Uluslararası Cephe'yi kurmuştur. Afganistan'da Taliban'ın desteğiyle bin Ladin, Amerika Birleşik Devletleri ile savaşına ciddi bir şekilde başlamıştır (Bergen, 2011: 220). Cephenin ilk dini düzenine göre, mümkün olan her yerde Amerikalıları, hatta sivilleri bile öldürmek her Müslümanın dini görevi sayılmıştır.

11 Eylül 2001'de ABD, El Kaide terörist operasyonları tarafından hedef alınmıştır. İki intihar bombacısı, iki yolcu uçağını Dünya Ticaret Merkezi'nin İkiz Kulelerine yönlendirerek binlerce can kaybına yol açmıştır. ABD, suikasttan Bin Ladin'i sorumlu tutmuş ve Taliban'dan Bin Ladin'i Amerika Birleşik Devletleri'ne teslim etmeye çağırmış, ancak Taliban Bin Ladin'i teslim etmemiştir. Dolayısıyla bu durum ABD'nin Afganistan'a saldırılarına ve Taliban rejiminin düşüşüne yol açmıştır (Pohly, 2001: 69).

4 Taliban'ın Ortaya Çıkışı

Kızıl Ordu'nun Afganistan'dan çekilmesiyle Mücahidler ve siyasi gruplar arasında iç savaşlar başlamıştır. İç savaşta Pakistan, Afganistan'ın siyasi liderlerinden birini desteklemeye ve iktidara getirmek istediği kişiyi iktidara getirmeye çalışmış ancak uygun bir seçenek bulamamıştır. Bir süre Hikmet Yar'a yatırım yapmasına rağmen daha sonra Hikmet Yar'ın Afganistan'ı yönetecek siyasi ve askeri yeteneklere sahip olmadığını fark etmiştir. Sonunda Pakistan, Suudi Arabistan'ın sponsor olduğu sözde Taliban'a yeni bir ajan göndermeye karar vermiştir (Pohly, 2001: 38).

Taliban, talip kelimesinin çoğulu olup medrese eğitimi almış kişilere verilen bir isimdir (Kundi ve Mir, 2002: 344). Dini öğrenci anlamına gelen Arapça "Talib" kelimesinin Farsça ve Peştunca çoğulu olan Taliban, Pakistan sınırı boyunca bulunan medreselerde dini eğitim gören ve bunları uygulayan öğrenciler grubu olarak bilinmiştir. Afganistan'dan gelen öğrencilerin birçoğu için bu medreseler üzüntü ve umutsuzluk dolu Afganistan hayatından kaçmanın ve kendilerine fırsatlar yaratmanın bir yolu olarak görülmektedir. Sovyetlerin politikalarına karşı direnen bu İslami okul öğrencileri, yaptıkları mücadele sonunda önemli bir güç olarak sivrilmişlerdir. Bununla birlikte, Taliban ülkede modern yaşam biçimlerine ve demokrasiye karşı tutumuyla ve insan hakları ihlalleriyle şiddetin adı haline gelmiştir. Bu hareket (Taliban), Afgan ve Pakistanlı dini okul mezunları, Pakistan'da büyüyen genç ve fakir Afgan mültecilerin bir ittifakıdır ve Peştun aşiret gruplarının liderleri (en azından başlangıçta Taliban'ın düşüşünden sonra Afganistan Devlet Başkanı olan Hamid Karzai dahil) tarafından oluşturulmuştur (Bergen, 2011: 219).

Taliban ilk olarak 1994 yılında Molla Ömer liderliğinde Kandahar'da ortaya çıkmıştır. İlk etaplarda başta Peştunlar olmak üzere bazı yörelerin halkları tarafından memnuniyetle karşılanmış, ama yavaş yavaş yolsuzluğa ve insanlara karşı suçlara karışmıştır (Bergen, 2011: 220). 1990'ların ikinci yarısında Taliban'ın yükselişi ve iktidarıyla birlikte, bu on yılın başlarında sona eren ABD istihbarat politikası döngüsü yeniden başlamıştır. CIA, Afgan siyasetine geri dönmüştür ancak bu dönüş, 1980'lerdeki ilk ABD istihbarat politikasından çok farklıdır. Bu zamanlarda ABD istihbarat politikası kafa karıştırıcı, çelişkili, gizli, sınırlı ve belirsiz olmuştur. ABD'nin Afganistan ile ilgili istihbarat politikasının önceki döneminden farklı olarak, CIA'nın bu dönemde tekel politikası olmamış ve hedefleri de belirsizdir. CIA ajanlarının Afgan muhalefet cephesinin her iki tarafında tamamlanmamış görevleri olmuş, yani CIA'nin hem Taliban ve bölgesel Taliban destekçileri ile hem de Ahmed Şah Mesud liderliğindeki Taliban karşıtı cepheyle ilişkileri olmuştur (Andishmand, 2005: 63).

Taliban hareketinin 1994'te oluşumu ve ardından Eylül 1996'da Kabil'de Taliban iktidarı, bazı analistler ve araştırmacılar tarafından ABD destekli bir fenomen ve süreç olarak görülmektedir. Cole, 1980'lerde Afganistan'ın Kabil'deki Sovyetlere karşı savaşında ABD, Pakistan ve Suudi istihbaratının önemli bir rol oynadığını söylemektedir ve 1990'larda bu üçgenin başlıca taraflarından biri olan CIA'nin Afganistan'da diğer iki tarafı yalnız bıraktığına ve onlarla işbirliği yapmadığına inanmak çok

zordur. ABD'li yetkililerin Dışişleri Bakanlığı ve ötesindeki açıklamaları, Afganistan hakkındaki Pakistan'a gidiş dönüş ve tartışmalarının yanı sıra, Afganistan'daki çeşitli cephelerde, özellikle Taliban ile temas ve görüşmelerinin tümünde, ABD'nin Taliban'ı şekillendirdiğini ve güçlendirdiğini göstermektedir (Coll, 2016: 395). Taliban; ABD, Suudi Arabistan ve Pakistan tarafından destek görmüştür. Her üç devlette Taliban aracılığıyla İran'ı Kuzey Doğu'dan kuşatmayı ve bu şekilde İran'ı tecrit etmeyi amaçlamışlardır. ABD, Taliban aracılığıyla İran'ın Orta Asya'daki nüfusunu silmek ve oraya sıçrayabilmek için bu ülkeyi atlama tahtası olarak kullanma amacı içerisinde olmuştur (Atay, 1999: 15). Ayrıca Taliban Yönetimi; Pakistan, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkmenistan gibi ülkeler tarafından desteklenmiştir (Polat, 2006: 16-20). Taliban Yönetimini tanıyan üç ülkeden (Pakistan, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri) biri olan Pakistan, Taliban ve diğer gruplar arasında geçen mücadelelerde Taliban'a silah, eğitim personel ve ulaşım imkanları sağlamıştır (Taşdemir, 2002: 286-287).

5 Terörün İç Faktörleri ve Sosyal Yapı

5.1 Afganistan'da Otorite Boşluğu ve Şiddet

Terörizm, siyasi eylem biçimlerinden biridir. Terörizm belirli bir tarih bağlamından çıkarılamaz ve genel bir fenomen olarak ele alınamaz. Terörizm, kökleri siyasi hoşnutsuzluktan kaynaklanan bir stratejidir. Birçok farklı din ve mezhebe hizmet eden terör, şiddeti ve devamını meşrulaştırmaya yardımcı olur. Milliyetçilik, devrim, din ve statükoyu savunmaya ilişkin ideolojilerin hepsi teröre ilham vermiştir. Ayrıca, çoğu terör ve şiddet eyleminin arkasında genellikle siyasi faktörler gizlidir. Geleceğini belirleme hakkını elde etmek, işgale direnmek, dünya kamuoyunun dikkatini diğer etnik grup veya gruplarla ilgili bir soruna veya konuya çekmek, hükümet yetkililerinin vatandaşlarına yönelik haksız politikalarını protesto etmek bu etkenler arasında yer almaktadır. Terör, siyasi hedeflere ulaşmak için bir araçtır. Terörizm, siyasi mücadelede güç kullanma yöntemlerinden biridir. Bununla birlikte terör eylemleri siyasi kararları hedef alıp, bir hükümeti veya siyasi grubu karar vermeye ve değiştirmeye zorlayan yasadışı bir eylem biçimidir.

Sovyetler Birliği'nin Afganistan işgalinden çekilmesiyle birlikte 1992 yılında başkent Kabil, Mücahidler tarafından ele geçirilmiş, etnik ve siyasi olarak bölünmüş ve dış güçler tarafından desteklenen Mücahid grupları arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. 1992'den Taliban'ın ortaya çıktığı 1994'e kadar, Afganistan'da dört etnik gruptan oluşan Mücahid grupları arasında, gücü paylaşmak için Peştunlar, Tacikler, Hazaralar ve Özbekler arasında şiddetli çatışmalar yaşanmıştır (Anbarli Bozatay, 2013: 161). Bu dönemde gruplar birbirlerine karşı yağma, soygun, adam kaçırma ve tecavüz suçları işlemişlerdir. Bu olaylar sonucunda Kabil halkının yaklaşık yarısı şehri terk etmiş ve şehrin altyapısı savaş tarafından tahrip edilmiştir. 1993-1996 yılları arasında Mücahid grupları ve ardından Taliban hükümeti tarafından Kabil kentine yönelik ağır bombardıman ve roket saldırıları sonucu binlerce kişi ölmüş veya yaralanmıştır (Anbarli Bozatay, 2013: 161). 2001'den sonra Cumhuriyet döneminde güvensizlik ve terör faaliyetleri de devam edip siviller kurban edilmiştir. Bu nedenle Afganistan'da savaş, güvensizlik ve zayıf otorite, şiddeti ve terörü güçlendirmiş ve artırmıştır.

5.2 Sosyo-ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Sorunlar

Yıllarca süren savaş ve işgal, siyasi ve idari istikrarsızlık ülkenin sosyal ve ekonomik yapısını etkilemiştir. Bu ülkeyle ilgili CIA verilerine bakıldığında Afganistan, doğum ve ölüm oranlarının yüksek olduğu dünyanın ilk on ülkesi arasında yer almaktadır. Anne ölüm hızı 100.000 kişi başına 460 ölümle dünyada 21., bebek ölüm hızında ise %12 ile dünyada ilk sırada yer almaktadır (Anbarli Bozatay, 2013: 166). Ortalama yaşam süresi 49 yıl olan bu ülke, dünya ülkeleri arasında sondan 5. sırada yer almaktadır. 2004 yılı verilerine göre dünya ülkeleri arasında 5 yaş altı çocuk sayısı %33 ile 13. sırada yer almaktadır. 2000 verilerine göre ortalama okuryazarlık oranı %28 ve bu oran kadınlarda %13'tür. Başka bir istatistiğe göre; 15-24 yaş arası her beş kadından sadece biri okuma yazma bilmektedir (Anbarli Bozatay, 2013: 166).

Bugün dünyada çoğu ülkenin yaşadığı ekonomik yoksunluk, sınıf farklılıklarının, işsizliğin ve yoksulluğun artmasına neden olmaktadır. Ayrıca sunulan finansal imkanlar kişilerin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak karşılamamaktadır. Başta Afganistan olmak üzere üçüncü dünya ülkelerinde görülen ekonomik düzensizlik, küreselleşmenin araçları altında devam etmektedir. Zenginler daha

da zenginleşmekte fakirler daha da fakirleşmektedir. Tüm bu nedenler, insanları yoksun hissettirmekte, şiddet ve teröre başvurmalarına neden olmaktadır. Öyle ki toplumda işsizliğin artması, sonuçları kötü olan bir çıktıdır. İşsizliğin arttığı, iş imkanlarının tükendiği her toplumda bu durum terör, suç, uyuşturucu, saldırı, hırsızlık ve benzeri tehlikelerin kapısını aralamaktadır. Düzenli gelir imkanlarının yokluğu ve işsizlik memnuniyetsizlik oluşturmakta ve terörün yükselişine kaynaklık edebilmektedir.

5.3 Suçun Ticarileşmesi

Bugün dünyanın en önemli sorunlarından biri suç eylemleri ve ortaya çıkardığı sorunlardır. Suç ticaretinde, uluslararası hukuk ve insan hakları tarafından yasaklanan mal ve hizmetlerin ticareti, suç grupları ve kaçakçılar yer almaktadır. Genel olarak insan ticareti, silah ve uyuşturucu madde alım satımı yasaklanan mallar arasındadır. Ancak suç ve terör örgütleri, söz konusu malları devletin kontrol ve denetiminde olmayan yol ve bölgelerden gizlice nakletmekte ve büyük kazançlar elde etmektedir. Son yıllarda, özellikle çeşitli terörist grupların ortaya çıkmasıyla birlikte, Afganistan'da suç ticareti büyük ölçüde genişlemiştir, böylece uyuşturucu üretimi ve ticareti, adam kaçırma, insan organlarının satışı ve silah ticareti toplumda yaygınlaşmış ve ülkede büyük bir sorun haline gelmiştir.

Suç ticareti, bölgedeki terörist grupların önemli finansman kaynaklarından biridir. Raporlara göre, Taliban'ın harcamalarının yaklaşık %60'ı uyuşturucu ticareti yoluyla finanse edilmektedir. Ülkedeki güvenlik koşullarına göre, Taliban ve diğer terör örgütleri kanalıyla halk arasında silah ticareti ve alım satımı da yapılmaktadır, aynı şekilde adam kaçırma da terör örgütlerinin ülke halkından ve yatırımcılarından büyük miktarda para çektikleri bir diğer önemli finansal kaynaktır (Wafai, 2020). Bu nedenle suç ticareti, terör örgütleri için ülkedeki faaliyetlerinin devamını sağlayan önemli bir finansal kaynaktır.

Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi tarafından 2009 yılında yayınlanan bir rapora göre, dünya çapında üretilen ve ticareti yapılan afyon ve eroinin %90'nından fazlası Afganistan'da üretilmektedir. Dünyada her yıl tüketilen 3.700 ton afyonun üçte ikisi eroine dönüştürülmektedir. Afganistan'dan yapılan afyon kaçakçılığının miktarı ise 3500 ton afyona karşılık gelmektedir (UNODC, 2009). Her yıl Afganistan'dan farklı yollardan 375 ton saf eroin kaçırılmaktadır. Afganistan da faaliyet gösteren Taliban grupları geçtiğimiz on yılda uyuşturucu kaçakçılığından yıllık 75-100 milyon dolarlık gelir elde ettikleri, Pakistan da yerleşik Taliban ve El-Kaide gruplarının ise uyuşturucu kaçakçılığı ve vergilerden toplam 1 milyar dolar civarında gelire ulaştıkları ifade edilmektedir (Anbarli Bozatay, 2013: 165).

5.4 Dini Köktencilik

Terörist grupların varlığına katkıda bulunan bir diğer faktör de kökten dinciliktir. Yerli ve bölgesel siyasi aktörler, insanların duygularını kullanmak için dini inançları aktif bir ideolojiye dönüştürmüştür. Temel dini prensiplere katı bağlılık olarak ifade edilebilecek olan fundamentalist düşünce, tarihin pek çok döneminde bir terör politikasının da hareket noktası olmuştur (Aktaş, 2010: 12). Bölge ülkeleri ve teröristler kendi politikaları doğrultusunda bu ideolojiyi sürdürülebilir bir şekilde üretmeye ve yeniden üretmeye çalışmaktadırlar. Ülke genelinde örgün eğitim hizmetlerinin ve eğitim kurumlarının sağlanamaması, yerel ve uzak bölgelerde dini okullara ve aşırılıkçı, sapkın ve radikal eğitime zemin sağlayan kültürel bir boşluk yaratmaktadır.

5.5 Aşırı Etnosantrizm

Terör gruplarının varlığını ve varlığını sürdürmesine yardımcı olan bir diğer faktör ve güç, ülkedeki aşırı etnosantrizmdir. Etnosantrizmde, insanlar genellikle ırklarını ve kültürlerini diğerlerinden üstün görülmekte ve bunu kendi aralarında teşvik etmektedirler. Komşu kültürlere aşinalık olmaması ve onlarla ilişkilerin kesilmesi, kültürlerin aşırı narsisizm içinde kalmasına neden olmuştur. Ülkenin son birkaç yüzyılda farklı bölgesel ve uluslararası güçler arasındaki konumu, etnik grupların birbirine karşı kullanılmasında önemli rol oynamıştır. Bahsedilen güçler birbirleriyle çatışma ve rekabet halinde Afgan aşiretlerini doğrudan ve vekalet savaşlarında kullanmışlardır. Bu çatışmalar, uzun yıllar savaş ateşini ve etnik gruplar arasındaki anlaşmazlıkları alevler içinde tutmuştur.

Afganistan, tarih içinde hiçbir zaman tam olarak milli şuura sahip olamamıştır. Bundaki esas sebep kişilerden dini kimlikten sonra ırki bir kimliğin değil kabileciliğin ve etnik milliyetçiliğin on plana

çıkmasıdır (Ülger, 1998: 103). Etnik milliyetçilik de örtülü bir şekilde dini bir kılıfa bürünerek sahneye çıkmıştır. Afganistan'da politik güç olan Taliban hareketinin bu kadar çabuk ülkeyi ele geçirme nedeni bu şekilde açıklanmaktadır (Taflıoğlu, 1998: 26- 27).

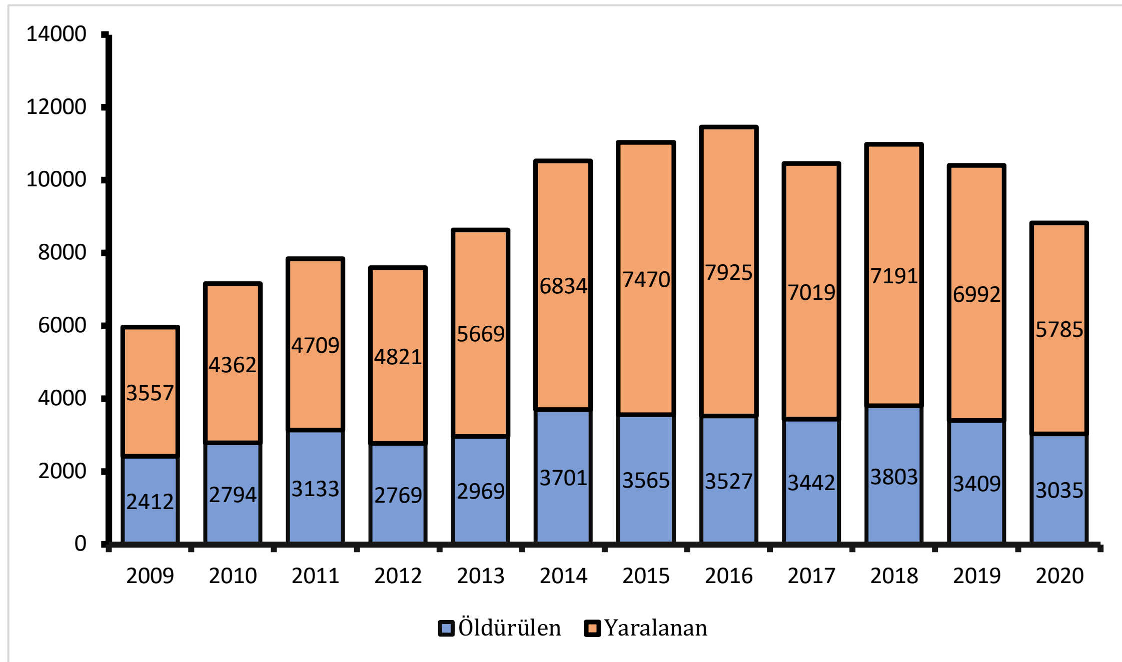
6 Afganistan'da Terörizmin Toplumsal Sonuçları

Afganistan'da terörist grupların varlığı, çeşitli sorunlar yaratmış, ülkenin istikrarını ve düzenini bozmuştur. Güvensiz bir ülke olarak Afganistan'da hâlâ çok fazla can kaybı yaşanmaktadır. Terörist grupların faaliyetleri Afganistan'da korkunç sosyal sonuçları doğurmuş ve insanların hayatlarının her yönünü etkilemiştir. En önemli sonuçları kısaca tartışılacaktır.

6.1 Sivil Kayıplar

Terörist faaliyetler; özellikle intihar, patlama, suikast ve savaş çok sayıda insani ve mali kayba neden olmuştur ve sivil nüfus çok acı çekmiştir. Terörist faaliyetler çoğunlukla Taliban, El Kaide ve DAEŞ tarafından gerçekleştirilmektedir, ancak diğer terörist gruplar da sivilleri öldürmeye dahil olmuştur. Afgan Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu (AIHRC), çatışmanın tüm taraflarının insan hakları yasasına uymadığını ve sivillere zarar verdiğini, ancak sivil kayıpların çoğundan Taliban'ın sorumlu olduğunu söylemektedir. Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu'na göre, sivillerin %75'i Taliban saldırılarında, %3'ü DAEŞ saldırılarında, %11'i diğer terörist grupların saldırılarında ve %11'i hükümet güçleri ve hükümet yanlısı operasyonlarda öldürülmüştür (Ibrahimkhil, 2019).

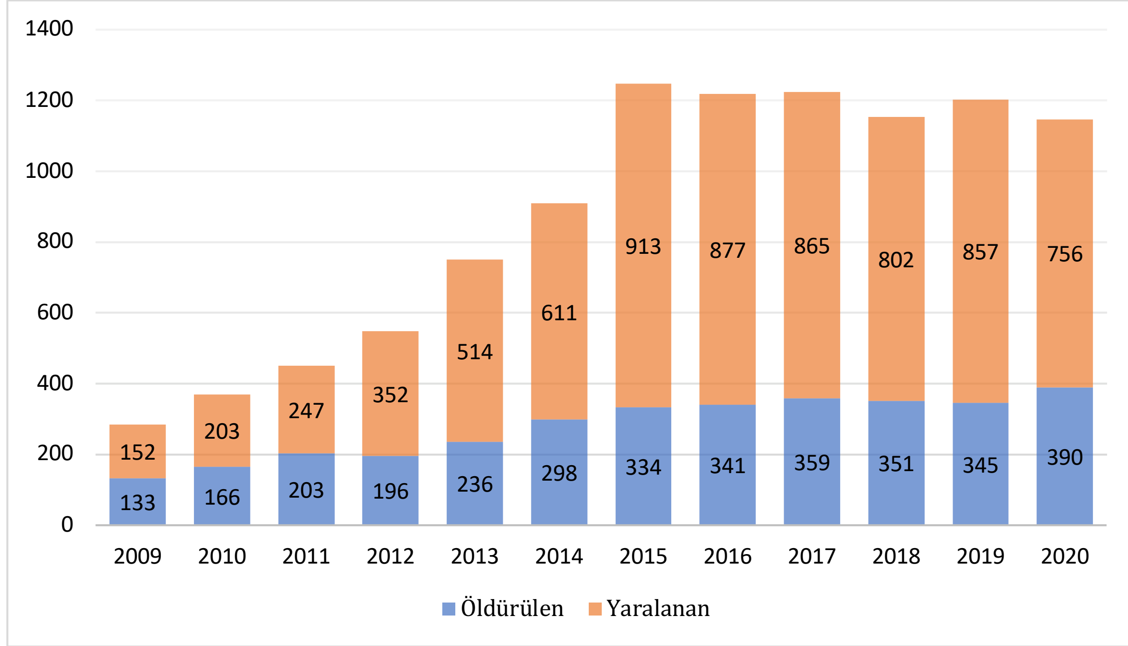
Afgan Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu, mayınlar ve patlayıcı mühimmat kullanımı, suikastlar ve hedefli cinayetler, roket saldırıları, karmaşık intihar saldırıları, kara çatışmaları ve hava saldırıları sonucunda sivil kayıpların sayısının arttığını göstermiştir. Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu'nun yıllık raporu, son 11 yılda (2009'un başından 2020'nin sonuna kadar) kadınlar ve çocuklar da dahil olmak üzere 93.492 sivilin öldürüldüğünü veya yaralandığını belirtmektedir. Bunlardan 31.425'i öldürülmüş ve 62.067'si yaralanmıştır (Jaferi, 2021). Ancak United Nations Assistance Mission in Afganistan (UNAMA) 'ya göre, sivil kayıpların sayısı Afgan Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu'nun raporundan daha fazladır. Sivil kayıplara ilişkin UNAMA raporu aşağıdaki şekilde detaylandırılmıştır.



Şekil 1. Öldürülen ve Yaralanan Siviller 1 Ocak - 31 Aralık 2009-2020 (UNAMA, 2021)

UNAMA, 2021 yılındaki yıllık raporu, 2009'un başından 2020'nin sonuna kadar Afganistan'da kadınlar ve çocuklar da dahil olmak üzere toplam sivil ölüm ve yaralanma sayısının 110893'e ulaştığını ve bunların 38559'unun öldürüldüğünü, 72334'ünün de yaralandığını belirtmektedir (UNAMA, 2021).

Kadınlar ve çocuklar da terör eylemlerinde ağır kayıplar vermişler ve Birleşmiş Milletler raporuna göre kadınlar Afgan toplumdaki en savunmasız gruplardan biridir. Terör eylemleri nedeniyle 2009'un başından 2020'nin sonuna kadar Afgan kadınlar ağır kayıplar vermişler ve Şekil 2'ye göre kadın kayıpların sayısının arttığı gözlemlenmiştir.



Şekil 2. Kadın Kayıplar- Öldürülen ve Yaralanan 1 Ocak - 31 Aralık 2009-2020 (UNAMA, 2021)

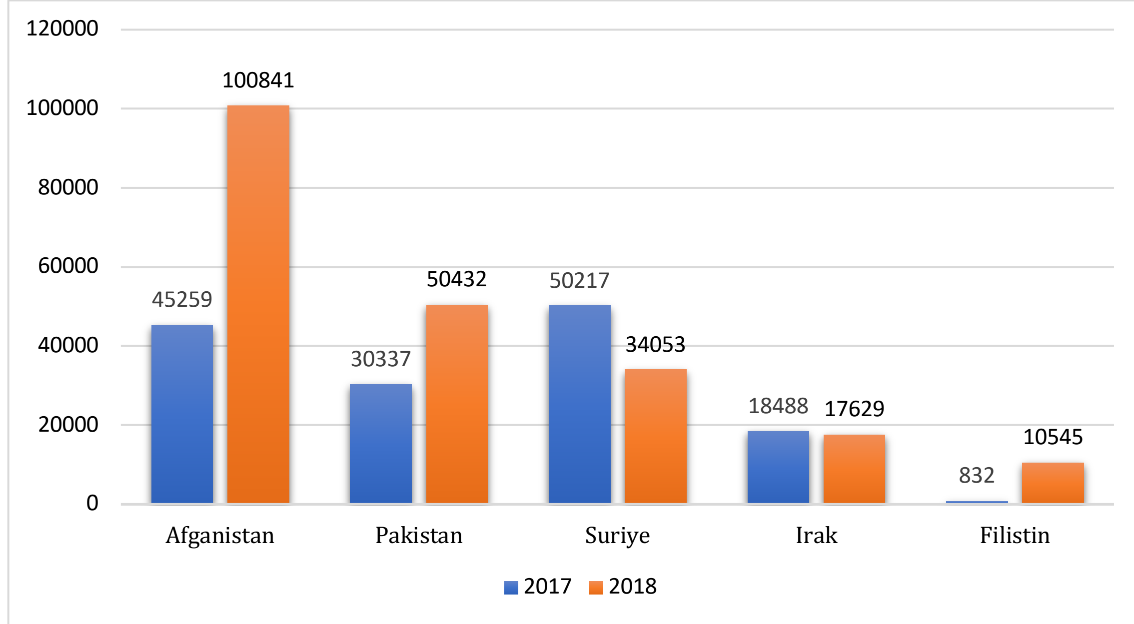
Birleşmiş Milletlere göre, 2009'un başından 2020'nin sonuna kadar, 10.501 kadın, terörist faaliyetlerin ve savaşın kurbanı olmuş, bunların 3.352'si öldürülmüş ve 7.149'u yaralanmıştır. Raporda, Afganistan'da yıllardır süren çatışmanın, tüm sivil kayıpların %43'ünü çocuklar ve kadınlar oluşturmaktadır. Bu %43'ün %30'u çocuk ve %3'ü kadın olarak belirlenmiştir (UN News, 2021).

6.2 Göç ve Yer Değiştirmeler

Terör eylemlerinin bir diğer sonucu da Afgan vatandaşlarının farklı ülkelere göçüdür. Göç; birey, grup veya ulusların doğal, ekonomik, siyasal ve benzeri zorunluluklar nedeniyle yeni bir fiziki ve kültürel ortama yerleşmeleri olarak tanımlanabilir (Kolukırık, 2006: 1). Mülteciler kendi ülkelerinden demokratik olmayan uygulamalar, baskı, şiddet, etnik çatışma veya ekonomik nedenler sebebiyle ayrılmak zorunda kalmıştır (Kolukırık, 2009: 9). Afganistan'dan yabancı ülkelere göç, çoğunlukla Afgan Mücahidler ile Sovyet savaşının başlangıcından beri olmuştur ve göçmenler komşu ve Avrupa ülkelerine göç etmiştir. İstatistiklere göre, Afganistan 1979'da yaklaşık 6 milyonluk bir mülteci hareketiyle karşı karşıya kalmıştır (Kolukırık, 2009: 4). Afganistan Mülteciler ve Geri Dönüşler Bakanlığı'nın bulgularına göre, göçmenlerin % 50'si komşu ülkelere (İran ve Pakistan) ve Avrupa'ya yasadışı göçlerinin ana nedeni olarak, güvensizlik ve ekonomik zorlukları göstermektedir. Raporda, Afganların en az %50'sinin iç savaş, Taliban korkusu, siyasi sorunlar ve kişisel düşmanlık nedeniyle komşu ülkelere ve Avrupa'ya sığındığı belirtilmiştir (Göçmenler ve Geri Dönüşler Bakanlığı, 2020). Suat Kolukırık ve Hasan Hüseyin Aygül'ün Türkiye'deki uluslararası göç ve mülteciler üzerine yaptıkları bir araştırmaya göre, Afgan mülteciler ve göçmenler savaş ve Taliban terörist grupları nedeniyle ülkeyi terk etmiş ve mülteciler daha iyi, savaşsız bir yaşam elde etmeye çalışmıştır (Kolukırık ve Aygül, 2009: 74-77).

Mülteciler ve Geri Dönüşler Bakanlığı, her gün yaklaşık 1000 Afgan vatandaşının yasadışı yollarla ülkeyi terk ettiğini söyleyip yasadışı göçten ülkedeki güvensizlik, yoksulluk ve işsizliği sorumlu tutmaktadır. Afganistan halkı arasında güvensizlik ve yoksulluk gittikçe daha yaygın hale gelmektedir, bu nedenle ülke vatandaşlarının çoğu, özellikle de gençler, zorlu sığınma sürecini kabul ederek yasadışı yollarla diğer ülkelere göç etmektedir. Mülteciler Bakanlığı, Herat ve Nimroz vilayetlerinin sınırlarından işsizlik ve güvensizlik nedeniyle Afgan vatandaşlarının yasadışı yollarla ülkeyi terk ettiğini söylemektedir (Ariana News, 2021).

T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2018 yılında Türkiye'ye kaçak yollarla gelen 267.997 farklı ülke vatandaşının tutuklandığını açıklamıştır. Aşağıdaki şekilde de açıkça görülebileceği gibi kaçak yollarla Türkiye'ye gelerek tutuklanan ülkeler sıralamasında Afganistan birinci sıradadır (Şekil 3).



Şekil 3. Türkiye'de Yasadışı Göçmenlerin 2017-2018 Yıllarında Tutuklanma İstatistikleri (Anadolu Haber Ajansı, 2019)

Rapora göre listenin başında Afganistan, Pakistan, Suriye, Irak ve Filistin vatandaşları yer almaktadır. İstatistiklere göre 2018 yılında 100.841 Afgan, 50.432 Pakistanlı, 34.053 Suriyeli, 17.629 Iraklı ve 10.545 Filistinli Türkiye'de kaçak yollarla geldikleri için tutuklanmıştır (Anadolu Haber Ajansı, 2019). Birleşmiş Milletler Türkiye Komiserliğinin raporlarına göre; 45 farklı uyruktan, UNHCR'da kayıtlı dosyası bulunan 2.038 kişi toplamda ise 3.751 kayıtlı kişi bulunmaktadır. Türkiye istatistiklerinde kadın sığınmacıların sayısı 2.838 kişiyken, bu kişilerin 1.831'i 18-59 yaş aralığında yer almaktadır. Kadın sığınmacıların uyruklarına göre sıralandığı raporda 1.217 Afganistanlı, 934 İranlı, 228 Somalili, 214 Iraklı kadın Türkiye'de sığınmacı olarak UNHCR kayıtlarına geçmiştir. Erkek sığınmacılara bakıldığında; 1.606 Afganistanlı, 1.294 İranlı, 345 Iraklı, 217 Somalili, 153 Sudanlı olmak üzere bunlardan 2.946 kişisi 18-59 yaş arası olan toplam 4.137 erkek sığınmacı bulunmaktadır (Kolukırık, 2014: 41).

6.3 Uyuşturucu Üretimi ve Kaçakçılığı

Afganistan, Taliban rejimi sırasında dünyanın en büyük uyuşturucu üreticisi olmuştur. Yeni hükümetin kurulmasıyla, ülkede narkotik üretimini ve kaçakçılığını önlemek için Narkotikle Mücadele Bakanlığı oluşturulmuştur. Ancak 20 yıldan fazla bir süre sonra, Afganistan hala dünyadaki en büyük narkotik üreticilerinden biridir ve Afgan hükümetinin çözümleri ülkede narkotik üretimini ve kaçakçılığını durduramamıştır.

Uyuşturucu üretimi, ülkenin farklı bölgelerinde istikrar ve güvenliğe ağır bir gölge düşürmüştür. Güney eyaletleri yıllardır Afganistan'ın en büyük uyuşturucu üreticisi olmuştur. Terörist gruplarının da illerin bazı bölgelerinde saklanma yeri vardır ve her zaman ildeki bazı ilçelerin kontrolünü ele geçirmeye çalışmaktadırlar. Güney illerindeki güvenlik ve istikrar eksikliği, uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığı ile doğrudan ilişkilidir. Uyuşturucu mafyası, büyük ekonomik gelirler elde ederek narkotik bitkiler yetiştirip üretebilmek için güney illerini güvensiz tutmaya çalışmaktadırlar. Terörist gruplar ayrıca, gelirleri silah ve askeri teçhizat satın almak ve Afgan güvenlik güçlerine karşı savaşmak için kullanmaktadırlar. Bu gelirleri sağlamak için eyalette uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığından da yararlanmaktadır.

Afganistan, 1992'den beri dünyanın en büyük afyon üreticisidir. Mevsimlik haşhaş ekimi ve üretimi 2004 ile 2007 arasında (ABD ve NATO'nun var olduğu yıllar) Taliban yönetimi yıllarına kıyasla

zirveye ulaşmıştır (İrna, 2019). Foreign Affairs analisti Matthew Reed'e göre (2018), 2018'de Afganistan'ın narkotik üretimi 2016 ve 2017 yılları arasında önemli bir artışla yüzde 87 artarak 9.000 tonun üzerine çıkmış ve dünyadaki afyonun yaklaşık yüzde 85'ini tedarik ettiği bildirilmiştir. Afyon çoğunlukla Helmand ve Nangarhar gibi güney Afgan şehirlerinde yetiştirilmekte ve bu durum Afganistan'ı dünyanın afyon üreten merkezi haline getirmektedir (İrna, 2019). Dolayısıyla, Afganistan'da yıllarca süren savaş, çatışma, güvensizlik ve ekonomik altyapının tahrip olması ve Afgan toplumunun yeniden yapılanma ve ekonomik gelişiminin eksikliği, Afganistan'ı dünyanın en büyük afyon üreten ülkelerinden biri haline getirmiştir.

Birleşmiş Milletler, Afganistan'da narkotik ekimi ile ilgili yıllık raporunda, 2019 yılında Afganistan'da 6.400 ton afyon üretildiğini belirtmiştir. Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (UNODC) bir raporda, 2019 yılında Afganistan'da 253.000 hektarlık alanda haşhaş ekildiğini söylemiştir (Atlas Press, 2020). Afganistan'da narkotik bitkilerin üretimindeki artışın temel nedenlerinden biri, endüstrinin ABD ve Taliban gibi terörist gruplar için para kazanmasıdır; uyuşturucu ticaretinden elde edilen karlar, Taliban'ın ve Afganistan'daki diğer terörist grupların gelirinin %65'ini sağlamaktadır (İrna, 2019).

İrna'ya göre British Daily Star gazetesinde, 1980'lerde Afganistan'da uyuşturucu üretiminin ve kaçakçılığının tüm aşamalarının CIA'nın himayesinde gerçekleştirildiği bildirmiştir. Daily Star'a verdiği bir röportajda, eski bir CIA ajanı olan John Stockwell, ABD istihbarat teşkilatının Afganistan'daki narkotiklerin çoğunu eroin ticaretinden kaçırdığını da ortaya çıkarmıştır. John Stockwell, "1980'lerde ve 1990'ların başında, tüm ABD eroini Afganistan'da CIA tarafından sağlanmış ve ardından Amerika Birleşik Devletleri'ne gönderilmiş" diye eklemiştir. Mesele şu ki, Afganistan'daki terörizm meselesi ülkenin afyon üretimiyle bağlantılıdır (İrna, 2019).

İran diplomasisine verdiği bir röportajda, BM ofisi eski başkanı Dr. Mohammad Reza Amirkhizi, uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığı, güvensizlik, siyasi istikrarsızlık ve terörizmin bağlantılı olduğunu söylemiştir. Uyuşturucu üretimini ve kaçakçılığını arttırarak sonucunda güvensizliği ve siyasi istikrarsızlığı arttırmaktadır. Afganistan'da yasadışı afyon üretimi son otuz yılda 29 kat artmıştır. Afganistan'ın Sovyet işgali sırasında ve ardından iç savaş sırasında, uluslararası toplum siyasi konulara odaklanmış ve Afganistan'daki afyon üretimindeki yıllık artışa dikkat etmemiştir. 1980'de Sovyet işgalinin başlangıcında afyon üretimi yılda 200 tondur, ama 1989'a gelindiğinde, Sovyet birliklerinin Afganistan'dan çekilmesiyle, üretim yılda 1.200 tona, yani dünya üretiminin yüzde 40'ına ulaşmıştır. Güvensizlik ve siyasi istikrarsızlık gölgesinde uluslararası toplumun bu ihmali neticesinde afyon üretimi ve kaçakçılığı ülke ekonomisinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Mevcut durum, uluslararası toplumun kısa vadede çözülemeyecek siyasi cehaletinin bir sonucudur. 2011 yılında afyon üretimi 3.600 tondan 5.800 tona yükselmiş ve 2011 yılında Afganistan'da afyon üretimi şeklinde, dünya yasadışı afyon üretiminin yaklaşık %83'üne tekabül etmiştir (İran Diplomasisi, 2012). Afganistan'da uyuşturucu üretimi ve kaçakçılığı artmakta ve küresel bir sorun haline gelmiş bulunmaktadır. Beyaz Saray'a göre 2018'de Afganistan'da saf afyon üretimi 5.550 ton iken 2019'da 6.700 ton olarak tahmin edilmektedir (Ariana News, 2020).

6.4 Savaş ve Ekonomik Kriz

Herhangi bir toplumdaki ekonomik büyüme, güvenliğe ve siyasi istikrara bağlıdır. Siyasi istikrar ve güvenlik, ülkeye daha fazla yatırım yapılmasının yolunu açıp, piyasalar ve ekonomik faaliyetlerin gelişmesini sağlamaktadır. Ancak Afganistan'daki güvensizlik, savaş ve terörizm ekonomik büyümeyi engellemiştir. Güvensizlik ve Taliban'ın yarattığı tehlikeler Afganistan'ın ekonomisini felce uğratmıştır. Ayrıca güvensizlik nedeniyle fabrikalar ve diğer ekonomik altyapı tahrip edilmiş ve yatırımcılar ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştır. Dolayısıyla ülkede işsizlik artmıştır.

Afganistan Ticaret ve Yatırım Odası üyesi Khan Jan Alokozai, milyarlarca dolarlık uluslararası yardımın Afganistan'daki ekonomik, ticaret ve yatırım büyümesi için en büyük fırsatlardan birini sağladığını, ancak Taliban'ın acımasız savaşının bu tarihi fırsatı tehlikeye attığını ve Afganistan ekonomisinin beklendiği gibi büyümesini engellediğini söylemiştir. Alokozai, "Taliban ve güvensizlik, yatırımcıların fiziksel ve zihinsel güvenliğini tehlikeye atmış ve bu da yatırımcıların yatırım yapmaktan kaçınmasına neden olarak, ülkede işsizliğin ve yoksulluğun artmasına neden olmuştur" (Salaam Times, 2020) ifadesiyle konuyu özetlemiştir.

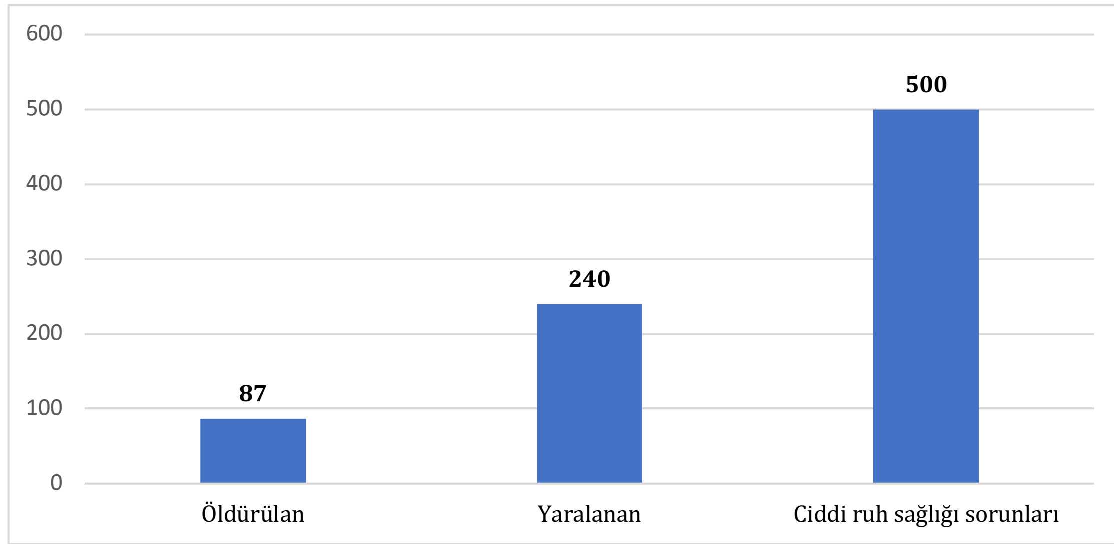
Taliban'ın Afganlara uyguladığı savaş; ekonomiyi ve yatırımı iki şekilde etkilemektedir. Taliban savaşının doğrudan sonucu, ulusal bütçenin ve dış yardımın çoğunun savaşa harcanmasıdır. Savaş ve

güvensizlik nedeniyle, bu fonlar ve hibeler ekonomik kalkınma, yatırım, altyapı, eğitim ve diğer kilit alanlar için kullanılacaktı ama güvensizlik nedeniyle yerli yatırımcıları, yabancı ülkeleri ve uluslararası şirketleri Afganistan'a yatırım yapmaktan caydırmıştır. Kabil'deki siyasi analist Khalil-ur-Rehman Sarwari, "Her yıl, savaşta Taliban'a yaklaşık 457,7 milyar Afgani [6 milyar dolar] harcamaktayız" ifadesinde bulunmuştur.

6.5 Eğitim Sorunları

Terör eylemlerinin talihsiz sonuçlarından biri de bir ülkenin ve toplumun eğitim sistemine zarar vermektir. Afganistan, eğitim alanında terör faaliyetleri açısından çok acı çekmiş, hatta bazı bölgelerde okulların öğrencilere kapatılmasına, okulların teröristler tarafından yakılmasına, hatta öğrencilerin teröristlerin saldırısına uğramasına neden olmuştur. Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (BMÇYF) raporuna göre, Afganistan'da 7-17 yaş arasındaki çocukların yarısı olmak üzere yaklaşık 3,7 milyon çocuk savaş ve terör eylemleri nedeniyle okuldan yoksun bırakılmıştır. BMÇYF'na göre, 2002'den bu yana Afganistan'da okula gitmeyen çocukların sayısı artmakta ve okulu bırakanların yüzde 60'ının kız olduğu tahmin edilmektedir. Hükümet yetkililerine göre, Afganistan'da şu anda yaklaşık 1000 okul güvensizlik nedeniyle kapatılmıştır (BBC, 2018).

Ülkedeki savaş ve güvensizlik, diğer tüm alanlarda olduğu gibi, eğitim için de büyük bir zorluk olarak görülmektedir. Yakın tarihli bir UNAMA raporuna göre 2018 yılı, 10.000'den fazla sivilin öldürüldüğü ve yaralandığı Afgan halkı için en kanlı yıl olmuştur. Afgan Eğitim Bakanlığı'na göre, Afganistan'daki pek çok okul şu anda güvensizlik nedeniyle kapalı ve öğrenciler eğitimden mahrum bırakılmış durumundadır (CSRS, 2019). Örnek olarak Kabil Daşt Barçı mahallesi Seyed Al-Shohada Kız Okulunda 08 Mayıs 2021 tarihinde intihar saldırısı nedeniyle, 87 kişi öldürülmüş, 240 kişi yaralanmış ve yaklaşık 500'dan fazla kız öğrenci de ciddi ruh sağlığı sorunlarıyla karşılamıştır (Etilaat, 2021)(Bkz. Şekil 4).



Şekil 4. Dasht-e-Barchi Kız Okuluna Saldırısında Öldürülen ve Yaralanan Öğrenci Sayısı

Afganistan'ın farklı bölgelerindeki öğrenciler, özellikle Kabil'in batısındaki Dasht-e-Barchi bölgesinde, güvensizlik ve terörist faaliyetlerden etkilenmiştir. Öğrenciler intihar saldırılarının hedefi olmuş ve son 4-5 yıl içerisinde tehdit edilmiş ve ağır kayıplar vermiştir.

7 Sonuç

Afganistan, ciddi güvenlik sorunları ve terör faaliyetleriyle karşı karşıya kalmış olan bir ülkedir. Afganistan'daki güvensizlik ve terör faaliyetleri uzun bir süredir karmaşık bir hal almış ve her geçen gün artarak, bir güvenlik krizi ortaya çıkmıştır. Afganistan'daki terörist faaliyetlerin kökleri, Afganlar ve Ruslar arasındaki savaşa kadar uzanmış ve çeşitli İslam ülkelerinden aşırı İslamcılar, Ruslarla yüzleşmek için Afganistan'da bulunmuştur. El Kaide ilk olarak 1988 yılında genç Suudi Usame bin Ladin tarafından radikalizm ve kökten dincilik fikriyle Afganistan'da kurulmuş ve daha sonra diğer ülkelere yayılmıştır. Sovyetlerin geri çekilmesiyle birlikte Mücahidler arasında iç gerilimler başlamış

ve Pakistan, Afganistan'da siyasi nüfuz arama fırsatını yakalamıştır. 1994 yılında Pakistan'ın doğrudan, Suudi Arabistan ve ABD'nin dolaylı desteğiyle Taliban grubu kurulmuştur. Pakistan'ın amacı, Taliban aracılığıyla siyasi çıkarlar elde etmektir. Afganistan'daki savaş ve terörizmin çeşitli faktörleri arasında bir yandan yabancı ülkelerin kendi çıkarları doğrultusunda Afganistan'a müdahale etmeleri bir yandan ise güçlü ve bölge ülkelerinin askeri rekabetleri, devlet ve siyasi terörizmin oluşmasındaki rolü yer almaktadır. Yani ABD-Rus rekabeti terörist grupların oluşmasına ve desteklenmesine yol açarken, diğer taraftan Afganistan'ın komşusu Pakistan, Afganistan ile olan tarihsel sorunlarına dayanarak fundamentalistler ve terörist gruplar (Taliban) yaratarak Afganistan'ın siyasi istikrarını bozmuştur. Yine de Afganistan'da ayrımcılık kurumsallaştığı için güvensizlik ve terör eylemlerinin kökleri Afganistan'daki grup içi çatışmalara dayanmaktadır. Ayrıca, Afganistan'da farklı etnik gruplar ortak bir kimliğe ulaşamamış, her grup kişisel çıkarlarına göre hareket etmiş ve grup içi çatışmaları güçlendirmiştir. Öte yandan, geleneksel bir toplum olan Afganistan, aşırıcılığın büyümesi için iyi bir platformdu bu sebeple terörizmin güçlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Dinin radikal yorumu, radikal ve terörist grupların oluşumuna yol açmıştır. Düşük eğitim düzeyi ve eski ve geleneksel sistem de insanların kaderleri hakkında toplu farkındalık kazanmalarını engellemiş ve aşırılık artmıştır. Afgan-Rus Savaşı sırasında Amerikalılar ve Pakistanlılar, Afganistan'ın eğitim sisteminin içeriğini (müfredat) savaş içeriğine dönüştürmeye çalışmıştır. Müfredatta cihat ve İslam düşmanlığına karşı mücadele vurgulanmış ve bu da zamanla Afganistan'ın genç neslini saldırgan ve militan bir gruba dönüştürmüştür. Bu nedenle, yukarıdaki faktörler Afganistan'daki terörizm faaliyetlerin artmasına neden olmuş ve Afgan toplumunu güvenlik krizine maruz bırakmıştır. Terör faaliyetleri siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıyı olumsuz etkilemiş, toplumun gelişme ve ilerleme yolunu sekteye uğratmıştır. Terörizmin en önemli sonuçları arasında sivil kayıpları, psikolojik etkiler, ekonomik yapının sekteye uğraması, Afgan halkının savaş ve terör faaliyetleri nedeniyle ülkelerinden göç etmeleri yer almıştır.

Sonuç olarak, Afganistan'daki terörist faaliyetler onarılamaz sorunlara ve hasarlara yol açmış ve tüm sosyal yapıyı sekteye uğratmıştır. Özellikle siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik sorunlar kısa sürede çözülemeyecek bir hal almıştır. Güvensizlik ortamı, Afganistan'daki altyapının tahrip olmasına, eğitim sisteminin zarar görmesine, uyuşturucu ve kaçakçılığın artmasına, ekonomik krize, sivil kayıplara, gerginliklere, göç ve beyin göçüne neden olmuştur. Bu manada Afgan toplumunun siyasi, iktisadi, kültürel ve sosyal alanlarda yeniden inşa edilmeye gereksinimi vardır. Bu çerçevede ilk aşamada, Afgan politikacıların ve yöneticilerinin hem bölge ülkeleri ve dünya güçleri ile açık siyasi ilişkiler politikasını yeniden tanımlaması, hem de yabancı ülkelerin müdahalelerine karşı dayanışma ve birlik içinde olması gerekmektedir. İkinci adımda, Afganistan'ın müfredatını değiştirmesi ve revize etmesi, demokratik ve laik bir siyasi sistemin büyümesi, kaynaklarını eşit dağılması, sosyal adaleti sağlaması, ayrımcılıkla mücadele etmesi ve ek olarak refah için farklı etnik kökenleri birleştirmeye çalışmasının bir zorunluluk olduğu düşünülmektedir. Son adımda, barışçıl ve insani bir yaşam için dini kuruluşların ve dini faaliyetlerin yeniden tanımlanması, kurumsallaştırılması ve dini gruplarla bağlantılı terör faaliyetlerinin önlemesine ihtiyaç duyulmaktadır. Toplumun bütün kesimleriyle uyumlu, nesnel ve net politikalar belirlemenin ülke, bölge ve dünya barışının geleceği için elzem bir adım olacağı öngörülmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest: The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.
Grant Support: The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça/ References

Abdülrahman, M. T. (2020). *Irak'ta DAEŞ'in çıkışı ve Irak Türkmenlerine etkisi.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Afganistan Bağımsız İnsan Hakları Komisyonu (AIHRC). (2021). *2020'de Sivil kayıpların yıllık raporunun özeti.* 20 Mart 2021 tarihinde https://www.aihrc.org.af/home/research-reports adresinden erişildi.

Aktaş, F. (2010). *El Kaide terör örgütü ve Sakarya'da el kaide algılaması.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Anadolu Haber Ajansı. (2019). *Türkiye'de yasadışı göçmenlerin tutuklanmasına ilişkin benzeri görülmemiş istatistikler.* İstanbul. 25 Mart 2021 tarihinde https://www.aa.com.tr/fa/افغانستان/آمار-بی-سابقه-دستگیری-مهاجران-غیرقانونی-در-ترکیه/1370142 adresinden erişildi.

Anbarli Bozatay, D. ve Meriç, İ. (2013). *Afganistan'da şiddet ve terörün toplumsal arka planı.* 28 Mart 2021 tarihinde http://www.akademikortadogu.com/belge/ ortadogu14makale/ deniz_anbarli_bozatay_ismail_meric.pdf adresinden erişildi.

Andishmand, M. E. (2005). *America in Afghanistan.* Kabul: Maiwand.

Ariana News. (2021). *Her gün yaklaşık 1000 Afgan vatandaşı ülkeyi terk ediyor.* 25 Şubat 2021 tarihinde https://ariananews.af/fa/روزانه-حدود-۱۰۰۰-تن-شهروندان-افغان-کشور-را-ترک/ adresinden erişildi.

Ariana News. (2020). *Afganistan'da artan afyon üretimi.* Kabil. 8 Mart 2021 tarihinde https:// ariananews.co/?p=101491 adresinden erişildi.

Atay, M. (1999). *Avrasya Balkanları.* Avrasya dosyası, Afganistan ve Pakistan. Üç Aylık Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 4(3-4).

Atlas Press. (2020). *Birleşmiş Milletler: 2019'da Afganistan'da 6.400 ton afyon üretildi.* 2 Haziran 2021 tarihinde https://atlaspress.af/ adresinden erişildi.

BBC News. (2018). *UNICEF: Afganistan'daki çocukların yarısı okula gitmiyor.* 3 Haziran 2021 tarihinde https://www.bbc.com/persian/afghanistan-44329544.amp adresinden erişildi.

Bergen, P. L. (2011). *The Osama Bin Laden ı know.* (Çev. A. Q. Gafari Fard). Tehran: Itlaat.

Beşe, E. (2002). *Terörizm, Avrupa Birliği ve insan hakları.* Ankara: Seçkin Yayınevi.

Bradsher, H. (2008). *Afganistan Sovyet tecavüzü ve Mojahedin direnişi.* Tercüme: Afgan Kültür Konseyi. Peshawar Press: Maiwand Yayıncılık Merkezi.

Caşın, M. H. (2008). *Uluslararası terörizm.* Ankara: Nobel Yayın.

Coll, S. (2016). *Ghost Wars: The Secret history of the CIA, Afghanistan and Bin Laden, from the Soviet invasion to september 10, 2001.* (Çev. M. Eshaq ve W. Hakimi). Kabil: Maiwand Yayınevi.

CSRS. (2019). *2019 Akademik yılının başlangıcı ve Afganistan'daki eğitim durumu.* 30 Mart 2021 tarihinde https://csrskabul.com/?p=4946 adresinden erişildi.

Demirel, E. (2005). Türkiye'de El-kaide unsurları. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Etilaat, R. (2021). BM Güvenlik Konseyi'ne muhakkik: Şehitlerin okulundaki soykırımı tanıyın. 19 Mayıs 2021 tarihinde https://www.etilaatroz.com/124350/mahaqeq-to-the-unsc-recognize-attack-on-sayyedulshuhada-school-as-genocide/ adresinden erişildi.

Global Peace Index. (2020). *Measurıng peace in a complex world.* Vision of Humanity. 5 Nisan 2021 tarihinde https://www.visionofhumanity.org/maps/#/ adresinden erişildi.

Hüseyin, A. (1990). *Orta Doğuda devlet ve terör.* İstanbul: Pınar Yayınevi.

İbrahimkhil, S. (2019). *Deutsche Welle, Afgan İnsan Hakları Komisyonu: Sivil kayıplar felakettir.* 27 Mayıs 2021 tarihinde https://p.dw.com/p/3Rf7T adresinden erişildi.

İçli, T. G. (2002). *Terörün sosyal yapı üzerindeki etkileri, dünyada ve Türkiye'de terör konferansı bildirileri. A*nkara: TCMB Banknot Matbaası.

İrna. (2019). *Amerika Birleşik Devletleri ve terörist grupların Afganistan'daki uyuşturucu üretiminde rolü.* Tehran. 8 Nisan 2021 tarihinde www.irna.ir/news/83269470/ adresinden erişildi.

İran Diplomasisi. (2012). *Terörizm ve uyuşturucu kaçakçılığı aynı madalyonun iki yüzüdür.* 11 Ocak 2021 tarihinde http://irdiplomacy.ir/fa/news/1906433/%D8%AA%D8%B1%D9%88% adresinden erişildi.

Jafari, M. (2021). *Afganistan'da artan hedefli cinayetler; 2020'de her gün sekiz kişi öldürüldü.* Etilaatroz. 27 Nisan 2021 tarihinde https://www.etilaatroz.com/116941/targeted-killings-increase-afghanistan/ adresinden erişildi.

Koçak, M. (1989). *Propaganda ve halkla ilişkiler.* İstanbul: Taç Yayıncılık.

Kolukırık, S. (2006). Bulgaristan'dan göç eden Türk göçmenlerin dayanışma ve örgütlenme biçimleri: İzmir Örneği. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 30(1), 1-13.

Kolukırık, S. (2009). *Mülteci ve sığınmacı olgusunun medyadaki görünümü: medya politiği üzerine bir değerlendirme. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(1),1 -20.

Kolukırık, S. ve Aygül, H. H. (2009). Refugees and Asylum Seekers in Turkey: Sociological Aspects of an International Migration Movement. Journal of Muslim Minority Affairs, 29(1), 69-82.

Kolukırık, S. (2014). Uluslararası göç ve Türkiye: Yerel uygulamalar ve görünümler. *Zeitschrift für die Welt der Türken (ZfWT), 6*(2).

Kundi, M. A. ve Mir, F. (2002). *"Afganistan: Sona ermeyen savaş", Afganistan üzerine araştırmalar.* İstanbul: Tarih ve Tabiat Vakfı (TATAV) Yayınları.

Göçmenler ve Geri Dönüşler İşleri Bakanlığı. (2020). *Güvensizlik ve ekonomik zorluk, yasadışı Afgan göçünün başlıca nedenleri olarak biliniyor.* 05 Nisan 2021 tarihinde https://tinyurl.com/vwwbedp adresinden erişildi.

Pohly, M. (2001). *Usame bin Ladin ve küresel terörizm.* (Çev. K. Dawran). Tehran: Karavan Yayınevi.

Polat, İ. (2006). *11 Eylül terör saldırıları ve Amerika Birleşik Devletleri'nin Afganistan müdahalesi.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Rawa, A. (1994). *Afgan-Sovyet savaşından dersler.* (Çev. S. A. Behin). Peşaver: BiNa.

Salaam Times. (2020). *Bitmeyen Taliban savaşı Afganistan'ın ekonomik potansiyelini nasıl felce uğrattı.* 25 Mayıs 2021 tarihinde https://afghanistan.asia-news.com/prs/articles/cnmi_st/features/2020/05/05/feature-02 adresinden erişildi.

Taflıoğlu, S. (1998). İslami Direniş'ten Taliban'a. Avrasya dosyası, Afganistan ve Pakistan özel sayısı. ASAM Yayınları, 4(3-4).

Taşdemir, F. (2002). Taliban bağlamında bölgesel ve küresel güvenlik sorunları üzerine bir değerlendirme. R. Yinanç ve H. Taşdemir (Ed.). Uluslararası Güvenlik Sorunları ve Türkiye içinde (ss. 277-308). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

UN News. (2021). *Disturbing Spike' in Afghan civilian casualties after peace talks began: UN report.* 23 Nisan 2021 tarihinde https://news.un.org/en/story/2021/02/1085442 adresinden erişildi.

UNAMA. (2021). *Reports on the protection of civilians in armed conflict.* 18 Nisan 2021 tarihinde https://unama.unmissions.org/protection-of-civilians-reports adresinden erişildi.

UNODC. (2009). Addiction, crime, and insurgency: The transnational threat of Afghan opium. 16 Mayıs 2021 tarihinde https://www.unodc.org/documents/ data-and-analysis/Afghanistan/Afghan_Opium_Trade_2009_web.pdf adresinden erişildi.

Ülger, İ. K. (1998). *Taliban: Afganistan'da Pax- Amerikan'ın İslamcı militanı.* Avrasya Dosyası, Afganistan ve Pakistan. ASAM Yayınları, *4*,(3-4).

Wafai, A. (2020). *Afganistan'da terörizmin büyümesinin arka plan faktörleri.* 26 Nisan 2021 tarihinde https://8am.af/factors-underlying-the-growth-of-terrorism-in-afghanistan/ adresinden erişildi.

Zalman, A. (2020). *The history of the U.S. war in Afghanistan. Retrieved from.* 22 Mayıs 2021 tarihinde https://www.thoughtco.com/war-in-afghanistan-3209360 adresinden erişildi.